理性，建设性
经济观察年报
The Economic Observer Almanac2010

2010 年 12 月 27 日 星期一
NO.500 期
每逢星期一出版 本期 64 版
国内统一刊号：CN37-0027
邮发代号：23-327
零售价：RMB3.00 元 HK$10.00

2010年终特刊



这个国家的未来将取决于所有个人的意愿，自主地表达这种正是赢得有尊生活的第一步。我着极大的诚意向你邀约，期望通过您，让我们洞见急速发展的中国社会中的种种理想和期望。我们坚定地信，所有的努力都不会费，这份凝聚着您的时间、智慧的报纸，将成留存历史的宝贵印记。

国家意愿的私人读本

90位精英致未来的一封信

策划：王胜忠 文钊 / 编辑总监：张宏 / 编辑统筹：殷练（学界） 刘彤（文化） 何晓鹤 黄小伟（政经） 郭宏超 邹卫国 刘长久（商业） / 设计总监：肖利亚 / 执行：经济观察报编辑部



BMW之悦。英雄所见悦同。

是现实的梦想，还是梦想的实现？是传承的愉悦，还是创新的激情？是乐趣与责任的取舍，还是性能与环保的兼得？是己悦，还是分享？一切皆是，BMW之悦。
更多信息，请致电400-800-6666，或登陆www.bmw.com.cn

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放，更多驾驶乐趣。

国家意愿的私人读本·索引

美编：周一暄
编辑：李晓丹 E-mail:lixiaodan@eeo.com.cn
2010.12.27

04-09 学界 / 10-16 文化 / 17-32 政经 / 33-64 商业



04版 资中筠	04版 雷颐	05版 孙立平	06版 秦晖	06版 李曙光	07版 张鸣	08版 萧功秦	08版 贾康	09版 茅于轼
10版 冯唐	10版 蔡天新	11版 奥雷·舍人	12版 周立波	12版 姚明	13版 王军	13版 黄珂	14版 奚志农	15版 朱大可
15版 王晓渔	16版 张大川	16版 李冰冰	17版 王军	17版 苗乐如	18版 刘兆佳	18版 周长益	20版 李伏安	20版 叶贞琴
21版 葛红林	21版 万庆良	22版 汤继强	22版 孙金龙	23版 李毓全	23版 李雪荣	24版 巴索风云	24版 赵继琼	25版 谢朝平
26版 邱柯	26版 樊建川	27版 王帅	27版 钟如九	28版 张海超	29版 马军	29版 范美忠	30版 周殷子	31版 戴杰
31版 洪博培	33版 柳传志	33版 彭小峰	34版 李友	34版 梁光伟	35版 杨向东	35版 黄碧娟	36版 曹彤	36版 徐浩
37版 陈佐夫	37版 林清德	38版 唐双宁	38版 丁当	39版 但斌	39版 尹同跃	41版 任志强	41版 王石	42版 宗庆后
42版 柯茂庭	42版 潘刚	43版 马蔚华	43版 李焜耀	44版 丁世忠	44版 刘积仁	45版 张亚勤	45版 高瑞彬	46版 刘强东
46版 钱大群	47版 俞敏洪	47版 王中磊	47版 袁建华	47版 黄晓捷	56版 史登科	57版 陶刚	57版 苏孝世	58版 张瑞敏
58版 金志国	59版 孟樸	59版 吴晓滨	60版 杨叙	60版 濮利康	62版 高嘉礼	62版 温天纳	63版 王传福	63版 王树彤



国家意志应由个人表达

▶魏黎明 / 文

时近岁末，我们邀集各届人士，以书信的方式表达我们对 2011 年的期许。其中之意，便是我们深知这个国家的未来兴衰，不仅取决于那台轰鸣的国家机器，更取决于这个国家每一个生动的个体。人民的共同意志，理应是这个国家全部的主题。

民为国本，始能为国。

国人有关现代国家的概念，始自 1911 年的辛亥革命。此前，国不过一家之国，民则为一姓之奴。国不知有民，民只知为奴。辛亥之后，共和与民主的声音响彻中国。人民始知，国应知有民。

由是而下，百年沧桑，历史巨变。但个人在历史的浪潮中却总被消解于国家、民族、组织乃至集体的宏大之中。人民耳边总有一个声音不时响起——国家高于个人！

两千多年前，一个统一的专制大帝国形成之前，杨朱曾经发出“拔一毛以利天下而不为”的声音。然而，“贵我”的响声很快就被淹没。

在“道路以目”的黑暗时代，民与国天然隔绝，所谓“民可使由之，不可使知之”。在朝廷确立的一整套严密、精确的制度体系下，国家与黎民泾渭分明，任何的个人意志都渺小、卑微，甚至大逆不道。

一姓之国一个接一个地倾覆，在五花八门的登基大典轮番上演的历史长廊中，国家始终不知有民，黎民永远是沉默的看客。直到那场伟大的革命将那些关乎民众的权利概念带到神州大地！

此后，我们走上了近代化、现代化的道路，迎来了一个理应更加开明的时代。当我们制定了宪法；当我们签署了《经济、社会和文化权利国际公约》和《公民权利和政治权利国际公约》；当时光到了网络化的 21 世纪，作为个体的中国人有权自信地发出代表个人的声音，而国家应该尊重这样的声音，捍卫发出这声音的权利。

然而，我们依然看到了有运动员顾虑“先谢国家”还是“先谢父母”。这样的事实告诉我们，每当个人与国家相遇，总有一些有形，甚至无形的压力让心灵的流露变得诚惶诚恐。大话、套话、空话可以轻易将真实而自由的人性扭曲得面目全非。以个人表达为重要内容的个人意志，屡屡遭遇国家意愿的强力纠正。

如果叩问内心，我们很清楚怎样的表达更能打动每一颗心灵。

在国家和个人之间，在国家意愿与个人表达之间，我们需要有一种新的考量。国家不再天然地尊大，个体也不再天然地卑微。这样的考量将是人性的、自由的和真实的；这样的考量不仅可以让中国融入世界，更可以让国家变得更为强大，人民获得更多尊严。

当下的中国，有些人却选择了沉默。沉默，不仅因为真理不言自明，更因为太多的事实让很多人无话可说。

在推土机的轰鸣声中，善良的个体翻开了法律——保护公民财产和人格尊严，本该是国家的责任和义务；在“不这么干你们吃什么”的训斥中，本该大声宣言的个体只是低声地呢喃：人人生而平等……

有些话不说出来，但不说出来并不表示不存在。在沉默者看来，个人表达所体现的个人意志，与国家意愿其实并不冲突。就好像，爱自己的父母，才能爱这个国家；珍惜自由，才能倍加珍惜自由的国度；而渴求真相，才能保证这个世界不变形、不变质。

时代推动国家制度转变。一个国家，只有尊重个人意志，创建通畅的渠道使无数个人的意愿转化为国家意愿，才可能真正有前途。与之相反，始终将个人置于国家、集体之下，只重视国家利益，忽视个人利益；只听见国家的宏愿，忽略个人的声音，很可能造成巨大的悲剧。最终，受损的是这个国家和这个国家所有的人民。这在我们，是有无数历史教训的。

站在 21 世纪第二个十年的门槛上，我们惊奇地发现，历史与一百年前有着惊人的相似。

上个世纪，正是从第二个十年开始，短短三十余年内的两次世界大战，让无数鲜活的个体在庞大的国家机器碾压下顷刻无形。眼下，我们正在经历一场波及全球的经济动荡，凯恩斯主义盛行，经济、政治乃至社会生活中有着越来越多国家的影子。在这样的历史和现实背景下，国家作为一个掌握了巨大资源和权力的机器，理应表现得更加小心翼翼。

真心地祈愿人类不再重蹈覆辙，但仅仅是祈愿还远远不够。每一个个体都应当知道，沉默和旁观找不到出路。改变世界从来都要从改变自身做起。

我们需要改变，这样的改变需要勇气和智慧。这种勇气，于国民，是要开口说话；于国家，则是要让人说话；这种智慧，于国民，是要学习如何说话；于国家，则要时刻听取民意，并且创建制度让民说话。

将看似宏大的国家意愿还原为个人表达，让个体意志的集合变成我们这个国家的共同意志。在庞大机器的运转声中，侧耳倾听个性的声音——这样的创想对习惯于指令者来说也许并不悦耳，但却是我们避免历史悲剧的唯一途径。



BMW之悦。后轮驱动，乐趣启动。

后驱风潮，激扬年轻运动精神。引领风尚潮流，携独有运动锋芒，BMW 1系家族锐意而来，以纯粹运动天性，结合运动后驱设计，令驾驶乐趣非比寻常。BMW 1系运动型两厢轿车、全新BMW 1系双门轿跑车、及全新BMW 1系敞篷轿跑车，UN1QUE，独具「1」格。
更多信息，请致电400-800-6666，或登陆www.bmw.com.cn

BMW 1系家族。UN1QUE。独具「1」格。

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放，更多驾驶乐趣。

岁末杂感致友人



资中筠

原中国社会科学院美国研究所所长，著名国际政治及美国研究专家。著述多涉及中西文化历史的研究。主要学术著作有：《追根溯源——战后美国对华政策的缘起与发展，1945-1950》、《冷眼向洋：百年风云启示录》（主编并撰写第一卷《二十世的纪美国》）等

XX 老友：

一年容易，又见寒鸦绕枯枝。前些时发表了一篇关于读书人与道统的文章，承蒙诸好友关注。本想歇息一阵，躲进斗室，效古人“如今但欲关门睡，一任梅花做雪飞”。但是本性难移，仍免不了忧思不断。所忧何来？年来脑中常浮起贾谊《治安策》开头的一段话：

“臣窃惟今之事势，可为痛哭者一，可为流涕者二，可为长太息者六。若其他背理而伤道者，难遍以疏举。进言者皆曰天下已安已治矣，臣独以为未也。曰安且治者，非愚则谀，皆非事实知治乱之体者也。夫抱火厝之积薪之下而寝其上，火未及燃，因谓之安，方今之势，何以异此？本末舛逆，首尾衡决，国制抢攘，非甚有纪，胡可谓治！”

我对“才调更无伦”的贾生并非特别崇拜，《治安策》所谈到的具体内容与今天也关系不大。但是这段话就其抽象意义而言，竟可以一字不改适用于今天。贾谊所处的是汉文帝时，正当“文景之治”“盛世”之初，可以说“形势一片大好”。那么他忧的是什么呢？从皇朝的角度来说，西汉初期最大的问题是宗室诸王的坐大与争权，对大一统的帝国造成威胁。所以贾谊以及后来的晁错之辈都是力主削藩的。这是贾谊为汉室中央集权着想，为之痛哭的最大的隐患。但是当时朝臣或看不到这一点，或不敢说，由于种种复杂的原因，文帝、景帝都不曾果断地采取措施。贾谊提出这篇奏折是文帝前元四年（公元前 176 年），到景帝前元三年（公元前 154 年），就发生了有名的“七国之乱”，相隔仅 20 年。景帝急忙把晁错作为牺牲品，“衣朝衣，斩东市”，也未能起安抚作用，终于免不了一场流血杀戮，平定之后还是用他们的意见而维持稳定。而此时，贾谊已经英年早逝，事实证明他的担忧有很大的预见性。

今天中国所面临的问题与刘氏一姓的天下当然完全不同，只是表面形式十分相似。方今“盛世”之颂不绝于耳，在不少国家挣扎于经济低迷的阴影中时，似乎“风景这边独好”，连洋人都艳羡。倚仗“举国体制”无节制地耗国库，奥运之后是“60 大庆”，“大庆”之后是世博，世博之后是亚运。身处京、沪、穗这些大城市，只见一片流光溢彩，真个是“烈火烹油之势，锦绣繁华之乡”。然而在主流媒体一片颂歌之外，长叹息之声绝非出自我一人。官方宣传与民间的感触反差之大，似乎说的不是一个社会。那么，是宣称“天下已治已安”者非愚则谀，还是我辈杞人忧天，危言耸听？

贾谊年少气盛，恃才傲物，我不敢像他那样斥他人为“愚”或“谀”，特别是外国某些评论者未必都是低智商，更无理由讨好我们。我只能说，认为“已治已安”者，看的是表面和当下，而忧心忡忡者看的是本质和长远。这长远有多远？贾谊所担忧的乱局在他上书之后 20 年发作。当前“盛世”之下的忧患能等 20 年才发作吗？

所忧何来？

首先是改革形势的倒退。改革开放 30 年取得成绩有目共睹。同时已经到了社会转型的拐点，进一步制度的改革已经滞后，刻不容缓，也是普遍的认知。然而在经济上只见国进民退，国家垄断日益加强，权钱勾结日益加剧。在体制上，前一阵朝野皆言“政改”，公众翘首以待，不但没有盼到，却忽见权威喉舌重弹“姓资”、“姓社”的老调，甚至有现行制度是“核心利益”之说，实际上完全否定了政改的需要。当年因决策者明智地摒弃“姓资、姓社”之说而迈出了改革的步伐，如今从某些主流言论来看，似乎忽然倒退到十一届三中全会之前，直逼“文革”中的论调。言论不但没有放宽，反而“敏感”话题越来越多，难道这是“盛世”的气度？

然则，坚持不改是否可行？“中国模式”是否可恃？

经济发展模式之不可持续早已有多位专家从理论到实践予以充分论证，不必赘言。一般人只从常识观察：资源浪费、环境破坏、低工资、低人权、上下交相追求的 GDP 中，不但含水分泡沫，且含血量极高；社会财富总量越增而贫富悬殊、社会不公越严重……凡此种种，何以为继？还有为求城市表面光鲜而野蛮拆迁中之各种家破人亡悲剧。在人命关天面前，执政官竟发出“没有强拆就没有新中国”的骇人之论。如此“新中国”是谁的中国？

> ***呜呼！知我者谓我心忧，不知我者谓我何求。我个人温饱无虑，别无他求。所求者惟国泰民安，善用百年来国力最强盛的时机，力求以和平方式越过这一不可避免的门槛***

当前出现新的一轮财富与人才外流潮，普通人没有安全感，用脚投票。既得利益集团的巨富、权贵们在高歌形势一片大好的同时，有几人不汲汲于把财富与子女送到国外？甚至孕妇出国生产以使后代取得外国国籍，以至于促成一种利润丰厚的畸形产业。人之趋利如水之就下，果真“风景这边独好？”唱颂歌者自己相信吗？

更有一种悖论：当提到政治改革，则搬出“社会主义”，以拒斥普世价值，拒斥所谓“资本主义民主”，理由是社会主义民主更加公平，人民享有更广泛的权利（从理论上讲，本该如此）；但是面对严酷的现实——弥漫性的腐败、贫富差距（基尼系数）扩大、社会保障大面积缺失、生产安全条件恶劣造成灾难频发，党政机关的豪华办公楼和大小官员的豪宅与百姓的陋室成鲜明对比，以及其他种种众所周知的严重不公，在被认为是“资本主义”的国家中也实属罕见。有人却又搬出早期资本主义原始积累时期的残酷剥削作辩护，说是‘初级阶段’不可避免。面对国内人权状况遭外人批评，熟读外国文学的外交官竟抬出 150 年前狄更斯小说中描述的社会来应对。社会主义乎？资本主义乎？身处 19 世纪，还是 21 世纪？需要不需要改？

至于对外关系，话题更为“敏感”。不宜多言。只是我记忆犹新，上个世纪曾经有一度我国与几乎所有国家为敌，只以意识形态为基础，剩下的“友邦”只有两三个喂不饱本国人民、赖我国“无私援助”而维持“战斗友谊”的小国。赖中美解冻以及随之而来的 30 年开放改革之力，我国打开了融入国际社会、良性互动的大好局面。即使在 1989 年的风波之后，当时在位的国家领导人也一再公开表示，我们不以意识形态为国际关系的基础，国家关系不受社会制度的影响（大意）。这一明智的决策，在当时情况下没有使我们的国际处境进一步恶化。我只能衷心希望，当前的对外关系理念至少能从中华民族利益的现实出发，守住这条线，而不倒退到上世纪 60 年代。

老夫（妇）耄矣，无能为矣。不论人们怎样津津乐道今日中国出现耄耋老人勇于直言的风景线，一个民族的希望只能寄托于年富力强、朝气蓬勃的中青年。所以我每见到好学深思的年轻人，读到有见地的文章著作，特别是在方今熙熙攘攘之世仍有人有所追求，有所坚守，不计利害、安危，执着地为百姓的权益鼓与呼，破谎言、求真理，为社会正义、民族振兴脚踏实地、见缝插针地做着有益的事，都感到欣慰，升起希望，乃至肃然起敬。而这样的人却往往不见容于权势，屡遭横逆迫害，令我扼腕。

一个好的国家，好的社会应该做好事易，做坏事难；好人得好报与恶人得恶报的概率高。如此则人心向善，正义公平得以发扬。从近期看，政府公信力强，社会得以稳定；从远期看，足以振兴民族精神，优化民族素质，这才是长治久安之道，特别是在当前矛盾迭出的转型期可望避免大动乱，实现和平过渡。

而现实情况却不容乐观：做好事难，做坏事易。即便当前官民共同大力提倡的“慈善事业”，有善心做善事为弱势群体雪中送炭者，往往遇到重重阻力，甚至也因行善而遭整肃。青年人入社会，要保持清白，守住道德底线，不但难以生存，且须随时准备作出牺牲。而与贪腐同流合污、向黑暗势力低头妥协则顺风顺水。以这样的社会矛盾和“被和谐”的民怨，一旦经济发生动荡，恐怕难有今日我们所讥笑的他国民众的承受力。则我辈衷心企盼的和平过渡恐怕又一次失去机会。比之于厝积薪而卧其上，岂不恰当？

何况，今日之中国已非昔日封闭的老大帝国，而是身处 21 世纪，不可能自外于浩浩荡荡之世界潮流。现在流行的最简便的说辞是一切归咎于“境外敌对势力”。我想借用一句论语：“吾恐季孙之忧不在颛臾而在萧墙之内也”。

呜呼！知我者谓我心忧，不知我者谓我何求。我个人温饱无虑，别无他求。所求者惟国泰民安，善用百年来国力最强盛的时机，力求以和平方式越过这一不可避免的门槛。正因为如此，每见种种悖理伤道之事，忧思难解，悲愤不已。我宁愿不做贾谊式的预言家，我宁愿落杞忧之讥。

天寒望善自珍摄，幸勿为风露所欺！

资中筠

（编者注：资中筠先生的原信经过本报编辑删节，共五处约 400 字。）

> **作为历史研究对象，大动荡年代是最有意思、最有趣、最吸引人、也最易出学术成果的年代，但对绝大多数并不想成为英雄豪杰的老百姓来说，他们渴望的只是平平安安的“过日子”。所以，历史研究最吸引人的年代，对生活于这个年代的平民百姓来说，感觉可能是“最不吸引人”的年代**

给两百年后一位历史学家的复信

XX：

你好！

真没想到，时间机器竟能让时光如此“提前”（或“倒流”），让我提前两百年收到你的来信，非常惊讶，更感高兴。

你说，你们历史学家非常感谢我们这个时代，因为我们这个时代，前后一百多年，正是社会转型的时代，充满了种种戏剧性变化，有时惊心动魄，有时又令人拍案叫绝。我知道，作为历史研究对象，大动荡年代是最有意思、最有趣、最吸引人、也最易出学术成果的年代，但对绝大多数并不想成为英雄豪杰的老百姓来说，他们渴望的只是平平安安的“过日子”。中国有句老话，“乱离人，不及太平犬。”所以，历史研究最吸引人的年代，对生活于这个年代的平民百姓来说，感觉可能是“最不吸引人”的年代。

另外，你来信还说，在解读现在的史料时，发现存在大量空白，提到一些人与事，总是欲言又止，隐晦不清。所以，你感谢说，正因为此，给史学家带来了大量的“饭碗”，许多人因此从事历史研究、天天“猜谜”，乐此不疲，因此，史学空前繁荣。所言甚是。在某种程度上说，历史学就是“填空”、“猜谜”，因为每个时代、每个社会都会有一些“禁忌”，只是有的时代社会禁忌多一些，有的时代社会禁忌少一些。如果“空白多”，为这个时代“填空”的“史家”自然“有幸”。

可惜，现在技术手段有限，我还看不到四百年后、也就是你们两百年后的历史学家给你们的信。但从你来信所详述你们的生活状况来看，我想他们一定会抱怨说，研究你们这个时代太枯燥无味。风清月白，岁月静好，太平无事，每天就是上班下班，平平安安，平平常常，平平淡淡，最多是几年一次不痛不痒的投票。只有个人家庭的喜怒哀乐，没有社会的大起大落，大喜大悲。作为历史学家，他们更抱怨说，你们的社会、时代禁忌太少，可说百无禁忌，留给他们的“填空”、“猜谜”极少，结果他们都快失业了。

我想，他们的抱怨正因为你们的幸福。所以，请理解他们的抱怨吧。

祝好！

雷颐



雷颐

中国社会科学院近代史研究所研究员。研究方向为中国近代思想、文化史，著有《取静集》、《经典与人文》、《被延误的现代化》、《萨特》、《图中日月》、《历史的裂缝》、《李鸿章与晚清四十年》等，译有《中国现代思想中的唯科学主义》、《在传统与现代性之间》、《胡适与中国现代知识分子的选择》等

中国需要一场社会进步运动



撒文静/插图

亲爱的读者：

你好！

岁末已近，又到了盘点回顾的时刻。说起来有点惭愧，专栏的文章，从多到少，今年几乎绝迹。自嘲一点地说，算是为更好的文字腾出了版面。

但也有一个好处，就是能将精力集中在一些特定的问题上。于是就有了今年和朋友们一起撰写的两份报告。一份是《以利益表达的制度化实现社会的长治久安》，另一份是《走向社会重建之路》。前者主要针对这些年形成的稳定压倒一切的思维模式，提出要将利益表达的制度化和社会的长治久安一致起来，并且要为社会的变革留出空间。后者要面对的则是我们现在究竟是要重建权力还是重建社会的抉择，这种抉择的意义日后将会进一步显示出来。

这两份报告出来之后，在社会上引起了很大的反响。但也经常有朋友在问，为什么要写这两份报告？背后有什么考虑？

这两份报告实际上是我们在这几年中要陆续发布的若干份系列报告的组成部分。如果说这些报告要体现什么东西的话，最简单地说，就是要体现一种社会进步的理念。几年前在广州的一次演讲中，我曾经提出过一个说法：中国需要一场社会进步运动。这些年我们只有发展的理念，没有进步的理念。而发展往往只是意味着数量的增加，其本身是没有方向的。这样很多为人类的进步所必须的价值，就没有其位置。而且，不仅如此，没有一种好的理念注入其中，发展很容易进入走火入魔的状态。这种迹象在我们的社会中已经随处可见。

经济的发展必须有社会的进步相伴随。以美国的情况为例，美国之所以能够走到今天，与三件事情是分不开的：一个是19世纪末20世纪初的社会进步运动。当时美国所面临的情况，和我们今天其实有很相近的一面。它经历了经济快速发展时期，但政治的腐败、经济寡头的垄断、权力和市场的结合、权力和资本的结合等现象普遍存在，在社会进步的过程中，这样的势头得到了明显的遏制；一个是罗斯福新政第二阶段所实施的社会变革。这场变革的核心是利益关系的调整。此前的资本主义在一定程度上是赤裸裸、血淋淋、人吃人的资本主义。1930年代大萧条表明，这种资本主义已经穷途末路。罗斯福新政第二阶段所进行的社会变革，通过以工代赈的社会救济制度、建立社会保障制度和规范劳资关系，重新塑造了一个资本主义，即福利资本主义；再有就是上个世纪60年代，由约翰逊总统推动的建设伟大社会的运动。当时美国正好经历了二战后快速的增长，加尔布雷斯写了一本书《丰裕社会》，提出美国已经永远告别贫穷，进入丰裕社会。但不久之后，一个社会学家也写了一本书《另一个美国》，把美国当时的阴暗面集中在一本书中，包括贫困、不平等和对人权的侵犯等。据说约翰逊看了这本书，受到了很大的触动，提出建设伟大社会，向贫困宣战、向不平等宣战。

这些年我们只有发展的理念，没有进步的理念。而发展往往只是意味着数量的增加，其本身是没有方向的。如果没有一种好的理念注入其中，发展很容易进入走火入魔的状态。因此我们需要一场社会进步运动。而这场社会进步的目标，就是制约权力、驾驭资本、制止社会溃败

我们在改革开放的30年中，经济获得了举世瞩目的发展。但与之相伴随的问题也是显而易见的。特别是我们现在要注意到如下两个因素：一是我们现在发展的速度很快，二是政府很有钱，权力又处于没有制约的任性状态。这样的时候，如果一步迈出去迈错了，想收就很难收回来。在这样的情况下，没有社会进步理念相伴随，经济发展就很容易走入歧途。我最近就经常在想一个问题：假如说100年之后，中国的历史教科书会怎么写我们这代人？我想我们这代人在子孙后代的眼睛中，很可能是一代很荒谬、很愚蠢，甚至是多少有点可耻的一代人。从历史的眼光来看，我们这代人做的影响最深远的一件事，就是把地球演进这么多年形成的那点财富，仅我们一代人就给挖出来用光了。最后留给子孙后代的是什么呢，就是一个空空如也、百孔千疮、一片废墟的地球。因此，中国的问题，发展的问题，需要我们用一种超越的眼光来思考了。

从这个意义上说，我们需要一场社会进步运动。而这场社会进步的目标，就是制约权力、驾驭资本、制止社会溃败。

祝好！

孙立平

孙立平

清华大学社会学系教授，博士生导师。主要从事社会现代化、社会结构变迁、转型社会学的研究。学术成果颇丰，出版专著（含合著）十余部，发表学术论文数十篇。其主要著作有：《社会现代化》、《发展的反省与探索》、《改革以来中国社会结构的变迁》等。描述中国改革处在十字路口的处境的《断裂》、《失衡》两书广受欢迎



BMW之悦。高效动力策略，无需取舍，悦然兼得。

全新BMW 5系Li，善化矛盾，无需取舍。凭借超前应用的BMW高效动力策略（BMW EfficientDynamics），搭载轻质直列6缸发动机，结合8速手自一体变速箱，完美兼得更强动力与更少排放。傲视同侪的3108mm轴距，开辟傲人宽阔空间，配载高级四区自动空调及后排娱乐系统，缔造豪华舒适全新基准。平视显示系统及带行人识别功能的夜视系统，轻松洞彻寻常所未见，与坚持梦想者同行。

更多信息，请致电400-800-6666，或登陆www.bmw.com.cn

全新BMW 5系Li。梦想之路，大美之悦。更有全新BMW 520Li优雅登场。

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放，更多驾驶乐趣。

谨防“负福利”再创新高

亲爱的读者：

这些年来我国在改革开放中扭转政府对社会、对民众权力过大(主要是不受制约)责任过小(主要是不可问责)的积弊,应该说是取得了一定的进展。就前者而言,如“孙志刚事件”后强制收容法正式废除,对“无证”的外来打工者“查获”后一般是改拘禁为罚款,许多地方开始实行“想来就来,想走就走”的救济新政,开始了从“怠而贫者举以为收孥”的“旧济贫法”向“穷人有流动之权,政府有救济之责”的“新济贫法”过渡的进程。就后者而言,政府的“公共服务责任”开始成为热门话题。所谓行政改革中的“问责”制虽然主要还是传统的上级问下级之责,公民对政府问责的体制远未形成,但公民对政府问责的声音已经可以出现。特别是近年来政府好谈民生,不像过去那样只讲GDP。教育、医疗、低保、养老等问题上的政府责任也逐渐成为共识,并且为落实这些责任进行了积极的探索。中国虽然“离福利国家还有十万八千里”,但过去那种把“福利”看作“在上者的‘待遇’,对下民的‘恩典’,给了你得谢恩,不给你也别怨”的状态正在改变。

但是这样的发展仍然是很不确定的。从2008年以来,我国实行以扩张投资来拉动经济的“反危机”政策,中央4万亿、地方10多万亿的钱砸下去,各地一片“大干快上”之声,各方面的投资都“超额”,但惟独真正的“保障房”虽然被宣传得很热,实际运作中却明显被冷落。2008年在投资“大跃进”背景下,10月底却曝出保障性住房投资仅完成年计划的20%多,且全国30多个省市无一达到计划进度的新闻。到了年底上述报道不见了下文,也不知全年完成了多少。但我们知道接下来的2009年,审计部抽查19个省市448个新建廉租住房和10个棚户区改造项目,截至2009年底,分别仅完成计划投资额的41%和42%。北京等22个城市未按规定从土地出让净收益中提取至少10%作为廉租住房保障资金。2007年至2009年,这些城市共计少提取146.23亿元,并且有1.5亿元廉租房保障金被挪用。该年全国土地出让收入总额中,用于廉租房建设的仅占总支出的1.5%,远远低于国家设定的“不得低于10%”的标准。以至于人们说:这个“不低于”的底线已经成了够不着的天际线。

不仅如此,在“保障性住房”这个大盘子里还奥妙无穷。总的来讲,在这个盘子中“济贫”目的相对明确的廉租房比含义模糊的“经济适用房”更受冷遇。几年前我国基本上是只有后者没有前者。不少城市以解决“中低收入者”住房的名义从农民那里强行圈地,却盖起大片穷人买不起、富人占便宜的“廉价豪宅”,即所谓“经济适用房”。有人居然还津津乐道说幸亏骗了穷人一把,“天通苑歪打正着没成巨型贫民窟”,他们说:“如果天通苑……真的像一些群众要求的那样建成全部都是80平米以下的小户型,全都卖给低收入的贫困户,建成几十万人的巨型贫民窟的话”就将产生什么什么问题。欺骗贫困户居然是“正着”,抢农民的地给富人建廉价豪宅,还美其名曰避免了“贫民窟”,全世界哪里去找如此典型的“负福利”?

这两年政策有所变化,一是“经适房”规定了面积上限,严格了买者资格审查;二是“保障性住房”的提倡重点从经适房转向了廉租房。一些城市开始标榜自己完成了多少廉租房,而经适房却盖得甚少。但是,多数城市仍然是热衷于盖经适房,同时却热衷于“宣传”廉租房,甚至出现一些廉租房小区尚未开建已报“竣工”、以廉租房规划索取财政补助却挪作他用等怪事。

而与此同时,开始受到限制的“经济适用房”却越来越向官员倾斜。在平民购房资格严格化(这是好事)的同时,“公务员经适房”(或曰“集资房”、“单位自建经适房”、“定向开发”住宅、单位“团购”房等等)这两年却空前地泛滥起来。从北京到各省,与旧时“宿舍大院”景观迥异、价廉质优、房大地段佳的“公务员经济适用房小区”或老百姓所说的“官员小区”遍地开花。无论何种名目,大都是内定的开发商,以极低的价格“拍”下土地,建好房子以极低的价格让机关“团购”,再按官阶分给“公仆”。就在10月底保障房投资只完成20%多的新闻出镜不久,东北某些“单位”已经把“集资房”盖到了海南三亚。而笔者认识的一位在某省会供职的朋友,官仅副处,本分老实,原有不错的住宅,今年初被告知“单位”又有便宜房,按级别他可再“购”270平方米。他选了100平方米和180平方米的两套,多出的10平方米他老老实实地按商品房付了差价。“要是别人也就马虎过去了”。已有住房再要两套何用?他说和别人一样,都是打算出租的。

无怪乎有学者称:“如今老百姓的住房的确是商品化了,想住房吗?拿钱来!父母把终生的积蓄给子女买房;父母没有能力的,年轻人身负银行巨债,成了‘房奴’。买房成了老百姓最沉重的负担。而官员呢?‘计划经济的最后晚餐’永远吃不完!”这位学者在北京某“公务员经适房”小区计算出,一名局级干部若在该处“买”一套房子,即便在把原有“房改时已达标住房”无偿退还的情况下,他仍可获得252万元的差价。这已经是多少套廉租房的价值!如果原房不退(经常如此),所得就更不用说了。

在未来将开征物业税的情况下,这种“官员廉价豪宅”的存在还将带来极大的税制扭曲和不公。因为在以物业价值为计征标准的条件下,“廉价豪宅”极有可能成为避税豪宅,所谓“集资房”之类的产权模糊性也有可能成为避税借口。果真如此的话,原来作为重大公平措施之一设计的物业税将因官员大量避税而被扭曲为权贵对民间的横征暴敛,而官员的一次性特权将发展成为永久性的寻租之具,“计划经济的最后晚餐”不仅吃不完,权贵资本主义的盛宴也终无了日。其后果不堪设想!

另一方面,廉租房建设不仅在热闹的宣传背后面临实质性的冷遇,而且其制度性的扭曲也不容忽视。媒体不时报道的违规租售之类尚属小者。根本问题还在于廉租房如今基本上仍是以户籍居民中的穷人为申请者,而与当代城市化大潮中2亿进城“农民工”、尤其是越来越成为主体的“第二代农民工”的安家需求没什么关系。可是缺了这一块,住房福利要摆脱“负福利”状态是不可能的。

最近一些城市,如重庆、昆明等提出要为农民工建廉租房,这个动向值得称赞。但是,不要说如今这还只是计划,何时能够兑现还遥遥无期,即便开始兑现了,其帮助的对象仍然是“农民工”群体中的“上层”。因为申请人必须先取得“暂住”(现在一些城市改称“居住”)资格,而这又要求有相当的门槛,如“稳定的工作”、“固定的合法住处”之类。我国许多城市,尤其是北京、上海、深圳等“一线城市”,往往在把“合法住处”的门槛定得很高的同时,有意无意地默认一个庞大的“不达标”群体存在,平时用他们满足城市对于“苦力”或低贱职业(如收破烂)的需要,一旦认为他们碍事了,要“清理城中村”开发房地产了,赶走他们也容易。因为他们达不到申请“暂住证”的门槛,是连“暂住”权利也没有的。

例如在中国最大城市上海,2004年有53.5%的外来务工人员住集体宿舍和工棚,其余46.5%则主要是租房住,以租郊区农民私房为主。耐人寻味的是:上海规定私屋出租人均面积必须达到7平方米才“合法”,而且不能合租。而“在本市有合法固定的居住场所”则是申请《上海市暂住证》的必要条件。但在上海市的上述打工租房者中,达不到这个“合法”标准的达46.8%。也就是说,在只有少部分农民工能够租房住的同时,这些人中的近半数的租房还属于“非法”。换言之,理论上他们都可能因为住得差而被驱逐——而不是因为住得差而获得帮助!

即便对于有“居住”资格的农民工,而且城市愿意逐步将廉租房政策惠及他们,通常也都以僧多粥少为由,拟采取“分配”制而非摇号制来确定申请人,即把很少的廉租房指标分到各用工单位,用以安排单位青睐的优秀农民工,就好像过去奖励劳动模范一般。但是,奖励劳模虽是好事,也应该做,却绝非福利,也不该由纳税人出钱。因为所谓福利,就其性质而言是“按需分配”、照顾弱者的,而不是“按劳分配”、奖励强者的。丧失劳动能力的人比劳动模范更需要照顾,失业者比在业者更需要照顾,“非正规就业”而且收入更低者比正规就业而且收入不低者更需要照顾。也只有这种照顾才需要社会出钱。如果是企业奖励它“用得着”的人才,它应该自己出钱才对。而且这种事也与社会福利无关。过去许多企业就曾对农民工中的佼佼者提供过较好的住房条件,如安排“夫妻房”,甚至个别农民工被提拔到管理层后享受相应住房待遇。但从未有人把这视为社会福利。

总之,廉租房不给农民工(或只给农民工中的“劳模”),经适房优先公务员,而且“公务员经适房”又是“经”得惊人,“适”到豪华。这类制度缺陷严重地扭曲了我们的住房保障建设。在国际上,福利政策都具有帮助弱者、减少不平等的再分配功能。“高福利”国家可以显著减少不平等,“低福利”或倾向于自由竞争的国家,不平等的减少就不那么显著。但是这种再分配至少不会增加不平等。“低福利”国家只照顾最弱者,而高福利国家不太弱的也可以得到保障,甚至全民都享受保障。但不可能只照顾强者。

廉租房不给农民工,经适房优先公务员,而且“公务员经适房”又是“经”得惊人,“适”到豪华,这类制度缺陷严重地扭曲了我们的住房保障建设

而改革前我国的“福利”与特权挂钩,福利覆盖面从最强者开始,初始分配或许比较平均,“再分配”却增加了不平等。我把这种状况叫做“负福利”,改革就是要使中国走出负福利状态。这当然不能一蹴而就,但至少不能倒过来加剧负福利。无论是住房,还是医疗、教育、养老等方面的改革,都要对此格外注意。经济自由主义者反对高福利,在我国首先应当指的是反对特权福利,而左派主张增加平等,在我国就应当首先为最弱者争取福利。前者不可能赞成“经适房优先公务员”,后者不应该同意“廉租房不给农民工”,我们应当共同防止负福利的加剧,到了福利机制由负转正后,高福利还是低福利才能成为真问题。

秦晖



赵刈/插图

秦晖

清华大学人文社会科学学院历史系教授、博士生导师。致力于结合历史与现实研究,在结合社会调查与历史文献分析的基础上建立农民学。他主持了一系列乡村调查,主编了《农民学丛书》首批六本。目前研究的重点:历史与现实中的农业、土地、农民问题,前工业社会的不同模式,转型社会研究



刘敏/插图

李曙光

中国政法大学教授,中国新《破产法》和《国有资产法》的主要起草者之一。陈夏红,《中国政法大学学报》编辑,中国政法大学博士研究生在读,编著整理有《沉浮与枯荣》、《思想的气象》、《政法往事》、《百年中国法律人剪影》等书

共和当在民主之先

夏红小友：

安否?

在我的博士生当中,学科背景跟我最接近的就属你了——我们都对晚清法制史有兴趣,同时对现代法的前沿尤其是破产法兴致亦浓。不过,你对法律史的触感更敏锐、也更有成果,特别是你的情商和对近代法律史人物的兴趣更是天生的搭配。

《政法往事》一书展延了你这种学术兴趣。实际上,书中的“往事”是近代以来法律史名人的思想录。一些人物耳熟能详、一些名字却眼识面生,不知不觉间测试了阅读者法律史功夫的深浅。相比之下,我的兴趣更多是在这些星光闪烁的政法人物对中国宪政之途的集体选择上。

晚清是中国法律转型的起点。受西方法律文化的激烈冲击与碰撞,源远流长的中国法律传统与法律遗产结晶遭遇千年变局,中国法律体系的未来发展不得不在两大法系的模式之间进行选择。

我很好奇,为什么晚清、近代官僚与知识精英彼时选择了大陆法系,而不是英美法系?当年以载泽、端方为代表的五大臣第一次高调出国考察各国政治,实际上走访了许多英、美国家,对英、美法系最有感悟,最后上呈慈禧、光绪的政改奏折却是效法德、日等国,使得后来中国的法律体系一直走大陆法系的路子。早期如清末与北洋政府时代的西法移植,后期如国民党时代的《六法全书》传统,都受此影响。至今,我们的立法——如建构社会主义市场经济法律体系的提法;司法——如法院民庭、刑庭、行政庭之架构;法律教育——诸多法学院以学习民法体系为法学教育之起点,无不有大陆法系的深深烙印。值得探究的是,《政法往事》所载的许多重要政法人物,如伍廷芳、王宠惠、钱端升等,都曾留学于英、美并先后在中国政法体制内担当重要职务,但他们对现实的中国政法体系的取向与走向却影响甚微,缘故为何?

以前,我总认为中国近代所以走了大陆法系的路子,主要原因之一是“偷懒”,因为十九世纪有个世界法典化浪潮,成文法比较容易抄袭;另外就是德、日宪制中对帝制的认可,为不想体制变异又欲立宪改良的慈禧找到可下的台阶。这种解释在今天看来,未免看淡了体制背后强大的支持。《政法往事》从思想史的角度揭示了这一点。虽不是英、美法系出身,事实上却是英、美法系精神在现今中国的领军之帅,江平先生在这种强大的体制传统面前“所能做的就是呐喊”而已。

中国总是在追求一种“跛脚的宪政”,把“民主”作为宪政的唯一价值,把“暴力”、“革命”作为改天换日的敲门砖,却从没有精英集团之间的妥协谈判退让,也没有形成参与国家治理的职业共同体

我一直有个不成熟的观点,就是大陆法系主要强调“民权”,而英、美法系更注重“自由”;是故前者以“民主”为第一诉求,而后者以“共和与财产权保护”为优先价值。这两种法系都以宪政为核心目标。我的理解,宪政就是民主加共和。所谓民主,就是普选制与多数决,普选政府以及少数服从多数;所谓共和,就是上层利益集团之间的分权、限权结构与相互妥协。近代以来,中国总是在追求一种“跛脚的宪政”,把“民主”作为宪政的唯一价值,把“暴力”、“革命”作为改天换日的敲门砖,却从没有精英集团之间的妥协谈判退让,也没有形成参与国家治理的职业共同体。以英美的经验,共和的价值次序似应优先于民主的选择。宪政的基础是私有制,特别是土地私有制。光荣革命以后,英国一大批手中握有地权的有产者进入议会,可以和国王进行平等谈判,共和的基础就此形成,民主从此也就有了希望。因此,共和当在民主之先。在今天,共和的真正获得是强调自由与私有财产权价值,这似乎应该是中国宪政与法治的未来之途,也应该是现时政法人物应有的集体选择。

适逢岁末,读了你的《政法往事》遂有感而发,我们不妨下回再聊。

李曙光

给自己的一封信

不走字的张鸣:

你好吗?

自打有了 email, 朋友间写信倾诉,就成为一种奢侈。如果猛然间接到一封长信,第一个念头,是觉得对方是不是出了什么事。所以,长一点的信,只好写给自己,也只有自己才耐得住性子看这份牢骚。

这年头,最令人沮丧的,不是房价高到天上, 也不是空气越来越差,甚至也不是物价节节攀高,而是好些事都在一点点地变坏, 一天比一天糟。在学校里混饭吃, 自打跟院长闹翻,打了一场网络仗之后,心里知道自己已经成了各个大学领导们的公敌。所以此后一直采取鸵鸟战术,把头埋起来,除上课外,诸事不问。但是,烦心事还是会找到你。眼见得,学生越来越坐不住教室, 我每每强调的读书,也愈发靠不住。大学中盛行的"论文GDP"已经波及本科生。只要本科学生肯花点银子买篇论文发表了,即使原本一直学习成绩平平,也能一跃排到前面,保研优先。一个班上如果出三五个这样的学生,那么原来成绩第一的,保研就只能告吹了。此外大学毕业生的就业形势进一步恶化,原来至少大三的学生还坐得住,现在却已如坐针毡,性子急一点的,已经开始找地方实习,满世界考证。做"蚁族"研究的朋友送我一本他们的最新成果,说是原来的蚁族多为三流大学毕业生,而现在已经有将近三分之一变成了 211 大学的骄子。

学生的躁动不安, 不是我这个做老师凭一张嘴就可以抚平的。新的一年教育改革将会启动,但这个关起门来的改革, 抽掉了去行政化的内容,结果怎样,可想而知。大学的境况,难以乐观,不进一步恶化,已经阿弥陀佛。人生最大的悲哀,莫过于自己从事并热爱的行业, 在一天天变糟,而你却无能为力。

跟我个人的感觉相反, 行将过去的一年, 据说是中国扬眉吐气的一年,世界的经济都在金融海啸的打击下走低,唯有中国一枝独秀。"中国模式"的呼声,甚嚣尘上,据说要向外输出了。如果真有这么个模式的话,有一个内容是无论如何都不能回避的:经过 30 多年的改革, 庞大的官僚机构已经变成了无所不在、无所不能的利维坦,960 万平方公里的土地,山川,河流,矿产,甚至地上面的人口,都是它可以予取予求的资源。过去的一年,维稳成了主旋律,但维稳的成本也高到了不可思议的地步。

下半年政治体制改革的呼声高过一阵,因为当前的冲突,不进行政改,就是无解的死疙瘩。可是,新的一年似乎希望不大,不仅希望不大,某种模式还正在虎视眈眈,方兴未艾。据说,只消按照"唱红打黑"的路子走下去,现在一切的问题,就都可以迎刃而解。其实,这种模式并不是什么新鲜玩意,无非是放手让行政力量解决一切问题,其整顿吏治的手段,就是政治运动。我不怀疑这种试验如果运气好, 可能会在短时间内有效应,甚至会很有效。但是一旦推广,懂点历史或经历过不算太久前的历史的人都知道会是什么结果。

有人自以为找了一条解决问题的捷径,其实是走入了死胡同,但在没有走到尽头碰得头破血流之前,他们还是会欢天喜地地高歌猛进。

新的一年,令人欣慰的是微博。微博改变中国,即使是一个受到高度管控的微博,依然改变了中国。在微博上,讨论可以一对多,多对多,几十、几百、几千人一起进行。七嘴八舌讨论不清楚的问题,可以参看链接。在微博上,任何有权有势者的丑行都可能被公之于众,任何的遮掩,反而会激起人们更大的兴趣。微博也使公民记者成为可能,只要有手机,就可以有照片,有视频,马上发表,更不消说有文字说明了。任何封杀令,都会统统化为乌有。再犯禁的文字和图片,只消存在 6 秒钟,就会传布出去。在新的一年,微博上演的维权攻防战,还会继续。地方官的头还会痛,它们会找出一系列的对策,但是,要想消解微博是不可能了。当然,新的一年,微博也有可能遭遇不测,但是,道高一尺魔高一丈,"魔"总是高过道的。

人过半百,过一年,走一年的下坡路,但是,我还是希望这个国家能走上坡路。我寄希望于中国的老百姓,老百姓自己捍卫自己的权利。每个人都站起来,看起来庞大的官僚机器就会显得不那么高大了。

张鸣

人生最大的悲哀,莫过于自己从事并热爱的行业, 在一天天变糟,而你却无能为力



张鸣

中国人民大学政治系教授,博士生导师。主要著述有《武夫治国梦》、《乡土心路八十年》、《乡村社会权力和文化结构的变迁》、《直截了当的独白》、《关于两脚羊的故事》、《历史的坏脾气》、《历史的底稿》,《历史空白处》等。本文因故删除 500 字



BMW之悦。前瞻者前行,引领时代永不止步。

前瞻者, 恒以前瞻视野引领时代。新BMW 7系, 搭载多款性能卓越的发动机, 从经典直列六缸发动机到创新V8双涡轮增压发动机到动力澎湃的V12双涡轮增压发动机。辅以带后轮智能转向的整体主动转向系统, 带行人识别功能的夜视系统及超越同级配备的平视显示系统、车道偏离警告系统与全景摄像机, 助您驾驭境界尽显领袖从容风范。

更多信息, 请致电400-800-6666, 或登陆www.bmw.com.cn

新BMW 7系。驾驭世界不断向前。

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放,更多驾驶乐趣。



萧功秦

上海师范大学历史系教授、上海交通大学政治学系教授，博士生导师。研究领域包括近代以来中国思想文化史，当代中国政治思潮，发展中国家现代化理论与比较，二十世纪中国变革史等。主要论著有《论大蒙古国的汗位继承危机》、《中国的大转型》等

传统文化 可以给我们什么精神资源

——致一位海外中国留学生

H 君：

你好！

收到你发给我的信，不知道你的名字，只能这样称呼你了，你的信很有意思，你说："'中庸'、'忠恕'、'修身齐家'、东方神秘文化，不论好坏，都是我们传统文化的体现。然而，中国的文化当中，缺少西方文化中严谨的逻辑、社会契约、科学理性的研究方法这样一些东西。所以，我们要引进西方的契约精神，引进制度，引进科学理性。"你的结论是，"现代化本身，就是一种必然的传统文化丢失过程。我们越先进，越努力地活得更好，在活得更好这条路上的成功越大，我们的儒家文化就丢失得越大，最终为类似于科学主义的东西所取代。"你还说，你是一个文化民族主义者，但又不得不是一个文化悲观主义者。

你在信中提出一个很有意思的问题，那就是文化民族主义者的两难。一方面，用你的话来说，你作为一个从小在国内受英语精英教育的中国学生，更容易融入美国生活，你们已经汇入了西方社会生活的主流，成为西方文明与科学主义、理性主义与科学技术的直接得益者，另一方面，你作为一个中国人，内心深处又有强烈的民族主义心结与寻根的文化心理需求，这样，你们就比国内的人们有一种更深刻的内心冲突。这是因为，民族主义就其本质而言，应该以本民族的文化信仰为归依的，然而，正如你信中表达的，被视为自己民族根性的祖宗文化，在逻辑上与理性上，又被判识为不得不走向消亡的东西。由于你长期生活在海外，时时受西方文化的冲击，老一代留学生所说的那种"花果飘零"之感，也许就体会得格外深切，当你说你是文化悲观主义者时，这里面一定包含着无奈、失落与无根的淡淡伤感。

其实，这个问题可以说是我们现代化时代的国人共同面临的文化矛盾，世界的未来是否只有这种被西方一统化的命运？如果不是这样，那么作为中国人的文化的根的基础是什么？我们可以在保持现代性的同时，又从传统文化中获得精神资源来滋育自己吗？传统文化似乎已经与现代生活完全脱离了关系，它有可能成为我们安身立命的基础，或至少成为其中的一部分吗？

我把你的信转给了我的研究生们，让他们一起思考。你提出的现代化过程中的中国人的这种文化两难矛盾也是当下以及未来数十年甚至更长的时间内我们国人将挥之不去的大问题。我的一位研究生来信，其中有一个观点很有参考价值，即传统文化不一定要以整体的方式被我们接受，这样是不是一个化解矛盾的方向？

其次，我个人认为，非意识形态化的儒家仍然对我们有吸引力。例如，儒家思想中的"贵在自得"，"为仁由己"，"己欲仁斯仁至矣"，"岁寒而知松柏之后凋"的特立独行，其中强调的道德自主性与通过个人修养来摆脱动物性以及拒绝媚俗，均能给现代人有所启示。当然，另外还有许多其他方面。

我自己体会最深的，是儒家的天人合一观，在我看来，所谓的天人合一，强调的是，人的内有的资源（良知）与外在的道的合而为一，(用我自己的通俗的话来说，即人的生命意义在于社会的善）并认为这是使人摆脱生命有限性与空虚感的重要文化资源。孟子所说的"吾善养吾浩然之气"，指的就是这个。当然这话说起来很长。无论如何，这种文化资源可能不会随着全球化而失去意义。固然，在中国传统帝国的历史上，儒家一旦与专制政治结合到一起，它的高标准，会逼出许多乡愿与伪道学来，这并不是原生态儒家的过错，这只能说是儒家政治化产生的畸化或异化形态。儒家思想仍然需要个人去体悟。

"贵在自得"这句话出典于宋儒张栻，梁启超曾经把做学问时的超功利态度称之为"为而不有"。大意就是只问耕耘，不问收获，因为我们在耕耘中已经获得精神之乐，孔子说"知之者不如好之者，好之者不如乐之者"，可见中国传统文化中有一种超功利的价值观，这样一种以知识审美为追求的人生态度，对于应对西方竞争性文明的世俗化的浪潮的挑战，恰恰是对症之方。如果再加上治学思考中去实现社会责任，那你在自得之乐外，更增加了一种使命感，那就达到一种更高的境界，也更上一层楼了。

记得 2008 年抗震救灾时国人表现出来的精神，我总觉得不能完全从西方人的人道主义来解释（很难想像那些底层百姓自发行动是因为他们读过西方的经典道德著作），更多的似乎还是得之于传统的仁爱（政府用了一个意味深长的新概念"大爱"，虽然有人解释为对国家的爱，但我认为这其实就是仁爱，超越阶级的爱）与经济进步的结晶。三十年来，由于少了暴戾的、极左的阶级斗争论的污染，中国人人性中的自然的东西就重新展露出来了，而经济现代化与新中产阶级或中等收入阶层的大量增加，也有助于这次大爱所表现的丰富度。这些在中国人的社会生活中不断发生的文化现象，是不是能给我们以一些乐观的启示？

正因为如此，中国也许可以在全球化过程中仍然保持着文化的自我而同时享有现代化的价值。中国之所以完全不必担心被迫或自愿的全部西化，还因为中国实在太大了，十三亿人的国家至今还是统一的，很难想象这样的规模效应会被另一种文化完全同化，中国有权在世界上成为一种范式。其实，严复在一百年前，就用一句很精辟的话概括了中国文化与西方现代性之间结合的必要性。他说"非新无以为进，非旧无以为守。""统新故而视其通，苞中外而计其全。"这里的"守"，就用得再精妙不过了。

我在文化大革命时期，在工厂做了 12 年工人之后才有幸在 32 岁考上了研究生，激励我此生的，我自认为就是受到这种"贵在自得，为而不有"的传统文化精神影响，我总觉得上天给予我的这种学问中的自得之乐，使我终生处于知识的愉悦之中。

我总觉得你们比我们这一代人要顺利得多，少年时代就有了出国深造

严复在一百多年前早就说过，中国之所以没有如其他古老文明那样云散烟消，泯然俱亡，靠的就是"国性"，而中国人的"国性"正体现于古代经典之中。我们时代需要有阔视远想的政治家与知识分子来共同推进这样的文化事业

的机会，我要引用我自己写的一篇文章中的一段感言，那就是，在这个世界上，别人可以夺去你的一切，只有一件东西别人无法剥夺，那就是你对知识的热爱，对世界的由衷的好奇心。在这个世界上，你可以拥有一切，但如果你失去了一件东西，那你就变得精神上一无所有，那就是生活中的一颗赤子之心。而这些精神资源，在我们先哲的思想与价值中是相当丰富的。这些话也许有点高调，但也是出于我内心。做学问的人与真正的艺术家很相似，据说，古希腊的画家在大街的地上作画，虽然一场大雨会使他们的作品化乌有，但他们仍然乐此不疲。支撑他们的就是这种"贵在自得"的精神。看来中国文化与西方文明中的超越性因子也是彼此相通的。

当然，我们国内的传统文化教育还需要作大幅度的改进，在国外我们办了那么多孔子学院，然而我们中小学的教材中孔子与儒家文化经典的内容却是如此之少，说起来真有点比例失调，极不相称。要知道，严复在一百多年前早就说过，中国之所以没有如其他古老文明那样云散烟消，泯然俱亡，靠的就是"国性"，而中国人的"国性"正体现于古代经典之中。我们时代需要有阔视远想的政治家与知识分子来共同推进这样的文化事业。

很高兴能与你交流，有空时可来信谈谈国外新一代留学生与白领们的民族主义与上世纪八十年代去国的留学生们相比有什么变化。祝你一切顺利。

祝好！

萧功秦

致祖国

亲爱的祖国：

当我在深夜的灯前静下心来，铺开稿纸，顿觉万语千言。

二十多年前，我第一次离开你，在大洋彼岸的美国宾州，深入骨髓地感受到乡愁！这么多年过去，当我读到匹兹堡大学、当时已成名、如今仍然活跃的一位华裔教授的高论——只有"个人"和"人类"这两端具有可把握的实际意义，而"国"只是变动着的一个历史概念而已——以学者自诩的我，承认他的视角足以俯视千古，他的观点冷静而理智，但是……

但是，我们何以能够就此忘却和释怀我们生于斯长于斯的那一片家国一百多年的沉痛历史！我们何以能够就此游离于我们自身已溶于斯汇于斯的这一方热土三十余年改革开放的奋斗新生！

1989 年秋天，我一天不延误地回到你的身边——尽管知道回来之后会有种种不愉快。那么多归来者，从鲁迅到钱学森——我对他们，须仰视才见，但在爱国二字上，却是一样的。

深刻的历史逻辑和社会进化规律正在渐次展开，在这充满挑战意味的新进程中，你面对的，将是今后如何在继续改进民生的同时，相对平稳、比较顺利地真正解决"民权"问题

这样的你，在上世纪，产生三件大事。一是辛亥革命推翻千年帝制；二是 1949 年中华人民共和国成立；三是改革开放力挽狂澜于既倒。多少风云变幻，多少血泪歌哭，无量头颅，无数梦想，伴随上个世纪，迎来新的百年，一年又送一年。纤纤之笔，难以言说。

但在经历多年的研究、思考，力图"把复杂的问题简单化"之后，我发现，对于你演变的轨迹，可以回归到孙中山先生的三民主义框架来解读——孙先生在世时，把他基于"天下为公"的崇高理想，具体化为人本主义的"三民"——1949 年，在毛泽东之手，是基本解决了你作为一个完整主权国家自立于世界民族之林的"民族"问题；1980 年之后，按照邓小平大政方针走到如今，终于可望基本解决或即将在"全面小康"的概念上解决的，是中国人过去多少年求之不得的"民生"问题；而深刻的历史逻辑和社会进化规律正在渐次展开，在这充满挑战意味的新进程中，你面对的，将是今后如何在继续改进民生的同时，相对平稳、比较顺利地真正解决"民权"问题。

中国人，唯一的一个维系四五千年文明传承而不堕的民族，"应当对于人类有较大的贡献"，而在现代化铺垫阶段已有，起飞的加速状态方兴，但制度创新瓶颈约束日显的当下，我们多么清楚地知道：为实现为人民谋幸福、为人类作贡献的愿景，你需经历何种严峻的挑战和考验……

一个这些年来让人感慨系之的早期民国人物，是未满 31 周岁即遭暗杀、而今又不断拨动中国人心弦的宋教仁。似乎很少有人把他列入伟人之列。宋有十分高远的现代化宪政理想，极为高尚的人格和情操，异乎寻常的政治成熟性和影响力，但却在他跑道的起点附近，就被黑暗的力量所吞噬，其后又在多少年里，被人们所遗忘。但是，近百年，他的理想与夙愿，确又顽强地苏醒、新生。

我喜欢读诗但不善写诗，然而在这"年年岁岁花相似"的迎新时候，亲爱的祖国，我愿把一首试写的与宋教仁有关的小诗敬奉给你。

困难与险阻是不可免的，但我深信你有更辉煌的未来。

追怀宋教仁

何忍就此别，无奈魍魉催！
湘水桃源秀[1]，奇诚宁沪绝[2]。
漫漫长夜永，临命正衣冠：[3]
寄语大总统，竭力保民权！[4]
再再黄兴语，亡讯违母亲。[5]
于公何伟岸！于私何孝悌！
真情遗恨远，宏愿巨怆深。
白云苍狗间，弹指忽百年，
仍闻公之语：宪政救中国！

① 宋为湖南桃源人氏。

② 1913 年 3 月 20 日晚，宋教仁遇刺于上海沪宁车站，时年未满 31 周岁。

③ 有绝命前背倚长椅的留影。

④ 1913 年 3 月 22 日死前他给当时的大总统袁世凯发去电文："今国基未固，民福不增，遽尔撒手，死有余恨。伏冀大总统开诚心、布公道，竭力保障民权，俾国家得确立不拔之宪法，则仁虽死之日，犹生之年。"

⑤ 宋为大孝子，辞世前一再嘱咐黄兴等人，不要将其死讯告诉他的母亲，并代他照顾老人。

贾康



贾康

财经专家，财政部财政科学研究所所长、中国财政学会副会长兼秘书长。《财政研究》主编，著有：《转轨时代的执着探索——贾康财经文萃》、《财政本质与财政调控》等

“一个健全的公民社会是我们应得的服务”

尊敬的读者朋友们:

你们好!

转眼又至年末，又到了给这一年打分的时候，最近我常常被问到应该如何评价我国目前的现状，我们国家的前途如何等等。

应该承认,改革30年之后,我们取得了非常了不起的成就，也出了很大的问题,到现在也没有完全解决,可以说中国的前途非常不确定。实际上大家都知道我们社会的财富在改革开放后急剧增加，问题则是这么多年财富的分配不合理,经济结构亟待调整,特别是房地产泡沫随时可能破裂。社会冲突爆炸性增长，老百姓对政府没有信任感，而且全社会靠着说假话过日子,没有道德感。

如果要改变这种状况，只靠经济是不行的,还应该靠政治改革,这里面第一重要是言论自由，没有言论自由别的改革都是空的，其实这就是要大家都来说真话,讲道理。靠假话过日子是长不了的。现在言论自由上是比以前好了许多，但公共传媒要有更多的言论自由。贪污腐败的治理也需要言论自由,不然就会造成社会对立,政府得不到老百姓的信任；老百姓现在也趋向于暴力化,烧警车、烧房子,不是和平游行,而是暴力对待,原因就是不能开诚布公,百姓投诉无门,上访又被拉回来,实在没办法,就诉诸暴力。如果有了言论自由,把腐败、官员灰色收入等问题放在大众的批评监督中,情况就会好许多。

市场要求平等自由，要求工人能够有平等的谈判地位,现在的工人没有平等谈判的地位,所以要允许工人组织工会,提高集体议价能力,我觉得这应该是一个方向

相比之下经济方面可是有了很大的进步。进步的原因是什么?财富的增长。财富怎么增加的?因为我们解决了一个最大的问题,就是市场化,就是认识到大家赚钱就是积累财富。过去不这么想,过去我们认为种地、挖煤的才是财富,从事经营不叫创造财富。现在我们完全懂得任何一个人赚钱都是增加财富,这是个了不起的改变,每个人都在赚钱,每个人都在创造财富,这个社会的财富当然增加了。简单说就是这个道理,我们的成功就在这里。经济方面的自由现在比过去多了，农民原来不可以进城的,现在可以进城、可以出国,自由度扩大了,早先甚至不允许个人养鸡下蛋,现在你可以开公司、可以打工,这在以前是根本无法想象的。我在印度时,发现那里的经济不发达,景点周围要买瓶矿泉水都没有，要跑出100多米才有，我们的景点四周摆满了摊贩，我就奇怪印度这么好的商业机会它为什么不用呢?可以说,在这点上我们已经超越了很多国家，我们过去只是靠劳动创造财富，国家穷的时候让大家上山下乡劳动去，那就错了,交换创造财富、赚钱创造财富,任何一种方式赚钱都是财富的创造。所以中国经济现在是非常开放的，老百姓赚钱的机会很多。这就是我们的成功。但我们的GDP增加这么多,质量却不好,第一是破坏了环境,第二是分配不公平,政府拿得太多,老百姓拿得太少;老百姓中间富人拿得多,穷人拿得少。我们一方面有大量的外汇储备,一方面地方政府大量地负债、欠债,我原来在想,如果我们欠债了,一定会有一个债权人、一个债务人,两者互相抵消,对整个经济来讲没有太大的问题。那问题出在什么地方呢？有一些债务人他找不到债权人,谁借钱给我的?说不清,这样的情况如果普遍存在,就会出大问题，这就是金融危机发生的原因。

虽然我们现在没有金融危机,没有由大银行倒闭而引起的连锁破产,但是我们的经济遇到了出口减少、失业增加、GDP下降等等的问题，简单地讲，走好我国的经济道路就是消灭经济的不平等。当然这不是一个简单的问题,比如说国家垄断,国家对国有经济的偏好、对民营经济的歧视,长期以来对国企、外企跟民企的分别对待的,这就是很不平等。中国经济当然还有其他的问题了，但从根本上讲是要取消经济的特权。



周青/插图

茅于轼

天则经济研究所学术委员会主席,因发表许多非主流观点,而成为近年来争议极大的经济学家

另外，具体措施还包括人民币升值、利息增加、减税、提高环境成本,这些措施肯定会给地方政府造成非常大的困难,不止政府,所有借钱的人恐怕都不会喜欢,但是不提息,房地产这么旺,利息这么低,借钱的成本低就意味着冒险的成本低,就会造成泡沫,但是政府也有它的考虑,利息提高、人民币升值必然导致大量热钱的涌入，所以这些问题都要好好权衡，在我看现在中国最大的危险，就是房地产泡沫的破裂。你看日本、台湾这些地方,泡沫破裂以后很长时间恢复不起来，因为泡沫破裂老的房子还卖不掉，新开盘的房子更没有人买了，开盘的房子没人买,农民工、建筑工人就会失业。相关的一些行业,家电业、装修业都会受到牵连,这个波及面非常广。要是有几百万、上千万的农民工失业,这是不得了的大事。而且现在通货膨胀5%了,利息一年提了多少?百分之二点几吧?负利率这么高,借点钱就等于白赚钱,这是非常不合理的。

当然,房地产泡沫这么大,房价这么高还有人抢着买房，还有一个重要原因就是土地供给不足。你们知道我的立场,反对18亿亩耕地红线,那条“红线”就造成土地供给不足嘛,地方政府用这个理由来限制土地的供给,提高地价,坐享红利。其实中国不是没有土地,我反复讲这个道理,中国土地紧张,用什么途径解决呢?土地不能进口,不能创造,唯一的方法就是不要造成土地的浪费,但实际情况不是这样,我们的亩产在提高，不需要那么多粮食,粮价很低,还不许耕地转换用地,结果大量的农用地闲置，据统计有9000万亩土地在撂荒。这个政策完全错了,房价这么高,粮价这么低,你还要限制土地流转。我们现在希望粮价高一点,对农民有好处嘛,那你就把土地流转出来嘛,粮价就有可能提高,即便土地少了,你也可提高亩产,怎么提高亩产?增加投入,怎么增加投入?粮食价格提高就增加投入，粮食的产量有很大的弹性，你增加了投入它就多产,你把土地维护好了,这个低产田变成高产田,亩产就提高了。所以我们政策应该减少耕地，提高粮价，增加投入,这是他们应该做的。现在网上也看到很多朋友,包括很多年轻人,都在批评我的这个观点，只是简单的认为我反对保护耕地,这就不对了,你们仔细想一想我的话有没有道理?

一句话，土地流转就是应该由市场来配置的，而不是靠强制性的行政规划来制约。其实不光是土地问题,收入分配格局的改变也是如此，我就很反对“十二五规划”这个东西,这还是靠计划经济时代的模式，应该靠市场配置。当然,要有计划是对的,但这得是一个好计划，但谁有本事为整个国家制定一个好计划呢？天下人都没这个本事。这一次的“十二五”规划中提出了要改变收入分配格局，提高工资在初次分配中的比重，但说实话这个东西没办法考核，工资提高多少才合适？10%,20%还是30%？五年之后用什么来衡量是否完成计划的标准呢?如果设立一个硬指标的话，这件事情就变质了。

当然,有些事需要硬指标来监管,比如说环境保护、公共服务和垄断。在公共事业的管理上，我们政府做的还是不错,基础设施搞得很好。改革30年来,我们的交通、通讯、电力从没有缺过；我们的公路在发展中国家中修得是最好的。但有些方面政府的确管反了，不该管的也管了，现在税赋很高,但是服务不好。一个健全的公民社会也是我们应该得到的服务之一,但是我们现在花钱养了一群干预我们自由的人,比如说我们现在搞了一个硬性的最低工资标准,这个标准如果太低等于没有用,你定得高了吧,企业就不用人了,对就业的人有好处,但对失业的人有坏处，反而是坑了最需要帮助的人。那我们该怎么样用市场方法来提高收入?其实很简单,市场要求平等自由,要求工人能够有平等的谈判地位,现在的工人没有平等谈判的地位,所以要允许工人组织工会，提高集体议价能力,我觉得这应该是一个方向。

以上就是我对于目前国内状况的一些看法,希望大家能够仔细思考,期待与大家的学术交流。

茅于轼

（编者注：此文为茅于轼口述,本报记者整理记录，本文因故删除800余字）



BMW之悦。乐者异曲同工。

是现实的梦想,还是梦想的实现?是传承的愉悦,还是创新的激情?是乐趣与责任的取舍,还是性能与环保的兼得?是己悦,还是分享?一切皆是,BMW之悦。

更多信息,请致电400-800-6666,或登陆www.bmw.com.cn

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放,更多驾驶乐趣.

致 2084



冯唐
原麦肯锡合伙人，作家，医学博士
主要作品：北京三部曲、子不语三部曲

2084 年：

见信好。

我估计不能活着见到你，所以写封信给你，聊聊我希望的你的样子。

第一，希望你有足够干净的食物、水和空气。到了 2084 年，除了雨雪雷电的日子，天基本是蓝的，日光变化时，人眼能看到这种美丽的光芒。水龙头里流出来的水，基本是可以直接饮用的。粮食、水果、猪肉和牛奶是粮食、水果、猪肉和牛奶，基本可以不加思索地食用。胆敢在食物上动手脚的奸商基本都被抓起来了，被罚每天只能食用他们贩卖的粮食、水果、猪肉和牛奶。

第二，希望你有符合基本常识的教科书、教师和足够的学校。选教材的时候不要篡改前辈大师们的文字，他们文字里有所谓不洁的东西，不是他们的错，是世界和人类本来就带着喜怒哀思悲恐惊、贪婪和寂寞、凶杀和色情。相信学生，他们有消化能力去面对。教师总体的智力和人格要在中上水平，不能是偏执狂和虐待狂，施言施棒为了传道就好。学校要防火、防震、防踩踏，即使最边远的也有足够的电脑和没有防火墙的带宽。

第三，希望这种教育系统出来的学生以及你那时候多数活着的人，在各自不同的状态下崇尚某些共同的东西：能在生活上和精神上自由自信、自给自足，不多不少、独立思考，

人们注定没有决定出生与否的自由，但是到 2084，人们应该有死亡的自由

己所不欲、不施于人，己所欲，也要和别人商量之后再施于人；熟练掌握小学应用题，能用至少一种外语交流，会背几十首《诗经》和《唐诗》，认识几十种动植物，去过十来个国家，知道人体基本结构和男女之间的基本差别；除了打电子游戏，也上街打架，除了看毛片自摸之外，男女之间也抚摸彼此；不打瞎子，不骂哑巴，不随地吐痰，不把嚼完的口香糖趁人不注意贴在桌椅底面，不用公器谋私利；有信仰自由，但是远离狭隘，不仅仅是屈尊而就的包容，而是对于他人和异端和未知抱有足够的尊重和敬畏，不因为自己所长而贬低别人；有享受简单快乐的能力：一块糖，一杯冰啤酒，一个拥抱，一首诗歌，一个空闲的和家人在一起的夜晚。

第四，希望人人享有医疗保健。使用百分之二十的基本药物和普通仪器，救治百分之八十的疾患。不投入无限资源去消灭死亡，或者过分延长生命，世界上的人口比 2010 年减少一半。人们注定没有决定出生与否的自由，但是到 2084，人们应该有死亡的自由。

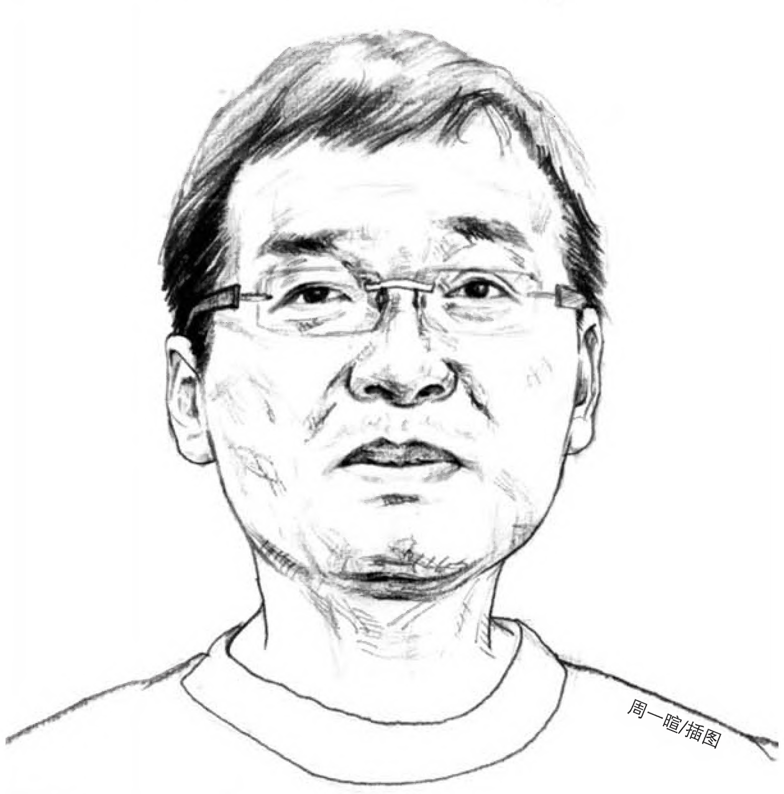
第五，希望每个关键的行业都只剩三到五个玩家，有序竞争。尽管不是天天兵荒马乱，但是创造、保护、毁灭的轮回定律还在，还能出现快死了的苹果公司凭一个理念、一个方案、一个人的领导打败微软这样的大毛怪。每年，没有很多物种消亡，但是有几个美好的产品被创造出来，有几个美妙的雕塑或者装置、几幅美妙的画或者摄影、几篇美妙的小说或者音乐被创造出来，每年都有惊奇让人拍案。

第六，希望到了你那个时代，图书馆全年全部免费开放，开架阅读和借阅，不怕损坏和丢失。所有公园和大学校园都没有围墙。博物馆馆长们普遍具有超越世俗的审美和不逢迎时宜的态度，不把十万块一辆的吉利美洲豹跑车摆到中国国家博物馆的楼道，不把翡翠白菜和红烧肉石当成台北故宫博物馆的奇珍。

我不是学社会学的，上述纯属个人臆想，聊为一家之言。我也不是孙中山，不知道如何实现，遥祝你，2084，风调雨顺。

冯唐

期待中国年轻人能自由去各国漫游



蔡天新
浙江大学数学系教授，诗人、旅行者
安妮-玛丽亚
法国诗人、文学博士，也是作者的法文诗歌翻译，曾执教斯特拉斯堡大学和浙江大学，现退休在家

亲爱的安妮-玛丽亚，你好！

收到你的来信很高兴，2010 年已近尾声。承蒙你问及过去一年内的成绩和未来的祈愿，作答如下。今年虽说未能像过去三年那样，有机会造访你的国度法兰西，仍有许多美好的回忆。

对我来说，今年最开心的事，莫过于以下两件事。其一，出版了三本书：三联版的童年自传《小回忆》，北大版的人文随笔集《在耳朵的悬崖上》，还有土耳其语版的诗集《幽居之

为何曾经的诗歌王国，如今每当诗歌或诗人成为一个新闻热点，必定是一桩丑事？

歌》（伊斯坦布尔，艺术出版社）。其二，秋天应邀造访了德国哥廷根大学，那是数学王子高斯和他的天才弟子黎曼所在的地方，到了 20 世纪，希尔伯特在那里缔造了举世瞩目的哥廷根数学学派；此外，哥廷根也是大物理学家的聚集地和量子力学的诞生地。

可是，自从希特勒发动第二次世界大战，迫害犹太人、德国战败以来，哥廷根再也没能恢复元气；过去 36 年内，德国这个曾经的数学王国居然无人赢得一枚菲尔茨奖，而德国的工业尤其是制造业却已重新崛起。德国人在反思，中国人也应该反思。比如，为何曾经的诗歌王国，如今每当诗歌或诗人成为一个新闻热点，必定是一桩丑事？

另一方面，即便在抗日战争那个最残酷的岁月里，我们也培养出华罗庚、陈省身、杨振宁、李政道那样的杰出科学家（他们中的一位就读于你曾经执教的浙江大学），而如今良好的经济基础之下的教育制度却遭受普遍质疑，并因此有了所谓的“钱学森之问”。

如同你问及的，我的孪生女儿已升初二，学习负担日益堪忧。个人以为，在暂时无法取消高考的情况下，可以做些循序渐进的工作，高考改革应与各级学校改革、教师水平提高和国家政治改革同步。

首先，基础教育阶段，学校需要大幅减轻学生的课业负担。除了期中和期末检测，中小学应取消所有的单元考试，小学生的家庭作业应减少到最低限度，中考可以率先取消。在这样的情况下，国家要统筹再分配教师资源。可以学 NBA 选秀的做法，即让上赛季排名最差的球队首先有机会挑选最好的球员。也就是说，国家要把最好的教师放到最差的公办学校，以此来保持平衡，抵制择校。当然，优秀教师的待遇要得到全方位的保证。

在大学层面，则要把握宽进严出的准则，实际操作的方式是，按照学校的层次实行不同比例的毕业淘汰率。这样能促使学生改变“进了大学，万事大吉”的观念，在大学真正学点知识，而那些没有真本事的学生，也不敢通过各种很水的加分或关系到顶尖学校做南郭先生。

再回到秋天的欧洲之行，告别哥廷根之后，法兰克福书展开始之前，有半个月左右的空隙，我借机飞抵乌克兰，在国立哈尔科夫大学访问。从中我体会到手持中国护照公民的签证难度，甚至超过了上个世纪后期。我希望，外交部和对外使领馆能在这方面做些工作，使得中国公民能有更多的免签或落地签证的国家。我期待着有一天，许多中国的年轻人能够自由自在去世界各国漫游，利用寒暑假甚或休学，不用花大钱去国外留学，与同龄的其他孩子在生活经历上也不至于脱节。

希望这些不是空想。顺祝
圣诞快乐！

你的朋友
蔡天新



不只是身临其中，而是要变成中国的一部分

亲爱的北京：

十年前此时,在欧洲和美国,人们为千年虫问题会否引发世界混乱崩溃而担忧。那时我们更关注的是为何计算机语言中一个小小的数字差错就能搅乱人心,颠覆世界。对此我们所知甚少——而新千年本身亦非一件那么巨大的事情。然而，新千年带来了另一个变化:一个不断变化的世界新秩序的出现,一个我们已熟知百年的旧权力结构的崩溃，一个即将出现的由全球化内爆促成的,起初缓慢,接之迅猛,势如破竹般的引力中心:中国。毫无察觉中，我个人的生活也顺应了这一现在看来十分明显的历史潮流……

美国世贸双子塔 —— 一个我旅居纽约时曾长呆的地方，一个几乎神奇地象征着这个城市的力量和地位、甚至其奥秘的焦点,它的倒塌开始了一个新篇章:这是二元对立以一种痛苦的，骇人眼目的方式将其失败呈现出来的后果。一个明显没有其他选择(除却资本主义)的世界只遗留下一个选择:内部自我消解。

它让我从做什么、思考什么、如何工作这些方面探询另外一种方式的重要性;它让我探寻是否在我们的生活、我们的社会、我们的建筑中还存在着另外一种方式,或者我们能否再重新想象一个世界。而另外一个世界就在此时突然出现，恰好是十年后，恰好是在我第一次探寻其文化和差异后的十年后:中国。

我与中国的第一次接触源自好奇（大约二十年前,我曾游历中国三个半月,被一种发现所驱动——我实际上对这个地方一无所知。作为一名西方人，在那个中国还没进入“国际版图”的年代,除了亲走一遭,没有其他更好的办法来了解这个国家),而第二次接触(十年前,对我而言是生活的转折)却是一个巨大的决策/另外一种方式的呈现。

几乎是同时，我们被邀参加两个竞赛项目:重新设计曼哈顿世贸遗址(Ground Zero)和设计中央电视台新台址。我们选择了后者。

应邀为中国的国家电视台设计新台址某种程度上意味着应邀大胆想象中国的未来——一种新架构的未来，一种新的可能性,一种新的视野。它不仅是如何设计新建筑的问题,也是一个电视台,一个媒体组织,也许可能是一个合作型企业可以怎样运作的问题。此次竞争 ——绝无巧合——是在一个历史性的框架内发生:中国已经加入世界贸易组织；北京已经获得奥运会主办权；中国终于踏入了世界舞台,她需要一个符合其将来角色以及贡献的新象征。

从那时至今,转眼十年将过。中国庞大的工作力量,客户对远景的专注,加上建筑师们不间断的付出和对建筑的想象，大楼拔地而起。它是建筑史上最大的合作工程之一 —— 四百名设计师和工程师鼎力合作,人员横跨三大洲,每天 24 小时不间断的工作投入。它可以被视为一个中西合璧的典型之作。与此同时,它又宣告了一种新的组织架构逻辑,一种新的协作方式,一种新的公众介入模式；它不单是一个物体或一种框架，而且为一种新的集体协作开拓了领域，为人们在此工作和互动中提供另一种方式，为如何改变建筑中天然带有的等级观念提供了另一种方式。这也是摩天大楼的另一种方式:垂直向天,高耸入云不是它要彰显的，而是从半空中折回自身,形成一个自我连接，一个无始无终的系统,一个无底无顶的形象。它的外观没有所谓的非凡意义,也没有一个先入为主的主题,但是它探讨了外形和内容的复杂性。它挑战旁观者的视觉经验,与城市周边环境展开对话。

> ***我们最期待的是更深地介入这个国家及其文化,看看我们能为她做什么,从中学到什么,能为这个极具吸引力,前景迷人的国家贡献些什么***

CCTV 新址近来的波折也许给它的雄心壮志和光明前景暂时蒙上了一层阴影；突发事件也许暂时影响人们对它的感知；有时变化和进步似乎比最初的预期要慢。但我衷心希望在新的十年中不仅仅只是看到大楼宣告完成，而且它预示和代表的象征性可以得到人们的接受和理解——梦想可以变成现实；建筑有时可以从自身的束缚中解脱开来；一个在进步和更新过程中的社会可以改变自身的观念，塑造一个不一样的未来。

经常地,而且愈演愈烈,建筑宿命般地被打上了“标志性”的烙印,对建筑的解读也仅仅限于建筑的外观,并没有认真解读其内涵,深入探究其意义。我希望未来的十年里这种肤浅的认知会被改变,对建筑和社会方面的质疑更从实质出发,就如挑战社会现状一样。

搬到中国生活 6 年多后,我决定在北京建立自己的建筑事务所,继续我对中国的承诺。多年前,中央电视台项目给了我这个契机,作为主管合伙人和主建筑师到北京主持设计和督导项目进展,那时我感觉中国不仅只是提供了一个建造非凡建筑作品的时机,对我而言更是一个生活和工作的新起点,不只是身临其中,而是变成它的一部分，不只是在此工作和设计,还要受其激发和影响。随着新事务所的成立，我们已在中国各地开展建筑设计,我们志在开拓一种新的建筑形态——以北京为基地拓展至亚洲其他国家。我们期待在未来能扭转由西向东输入设计的旧模式,我们会尝试成为东方新崛起的一代的一分子,将设计和知识输入西方。我们期待着能把在这里积累的经验输回欧美，检验一下以前的旧模式是否可以从迅速发展的亚洲和中国借鉴些什么。但我们最期待的是更深地介入这个国家及其文化，看看我们能为她做什么,从中学到什么,能为这个极具吸引力,前景迷人的国家贡献些什么。

奥雷·舍人(Ole Scheeren)
翻译:欧强(奥雷·舍人助手)



奥雷·舍人
德国人,中央电视台新址主建筑师,现成立自己的建筑事务所





周立波
演员，上海清口创始人之一

我们为什么不快乐

亲爱的读者：

我是个极端的大上海主义者，热爱这座城市，希望它越来越和谐。只是，有些在上海打拼的新上海人对这个城市的评价却不够公平。

现在的老百姓活得都太沉重，充满了怀疑和不幸感。其实，幸福感源自相信，学会相信就能感受到幸福。许多痛苦都是由怀疑开始的，不要害怕被骗。

上海是座充斥着机会和梦想的城市，既然在这里有你的梦想，就该融入这座城市。现在社会上流淌着笑人无恨人有的价值观，而真正在上海得到成功的人们其实对这座城市很感恩。

所以，究其根源，许多人的不快乐源自对自身所处的现状的不满意。但他又没有改变这种现状的能力和机会，他也不愿意为了现状去改变自己，如此这般的为了某种无法逆转的事实，而焦躁痛苦的人是很愚蠢的！！

既然来到了这座城市就要融入，无法融入是你没有本事，而不是这座城市的责任。别怨世界，世界没让你来。别怨自己，来了就不要再怨。如果你谴责的正是你想要的，那你就是个懦夫。如果你想要的你还在谴责，那你就是个病人。没有能力改变现状，就为了现状改变自己的人是非常智慧的。许多快乐都是从改变和妥协中得到的。

说到我自己，一个人一张嘴一台戏，2010 年一年突破 1 亿票房。明年，我的海派清口会转向公益行为，会从每张海派清口的票中提取 10 元放入基金。

我为什么要做公益，因为我觉得一个人的成功必然是建立在一批人失败的基础上。当社会赋予你名誉财富的时候，应该回报给社会。12 月 20 日我的婚礼，所有礼金我们都悉数捐赠给了上海慈善基金会海派清口公益基金。我只是希望大家知道，婚是可以这样结的。

其实，每个人都有自己心中的伊甸园，她是我们奋斗的原动力。不要轻易地否定自己的梦想，因为，只要你相信，梦想就有可能成为现实。

希望大家以一种幽默的心态去生活，幸福在俯视中收获，痛苦在仰视中萌发，想快乐很简单！首先学会原谅自己，然后再尝试着去原谅别人。

周立波

目前就是要打好球，将来争取做个好老板



姚明
篮球运动员

亲爱的读者：

您们好。

收到约稿函之后，我心里纠结了一段时间，这毕竟是我第一次在财经专业媒体上发表个人看法。我总觉得《经济观察报》应当是政府官员、专家学者、企业老板、公司高管所关注的，和我这个职业球员好像不太搭界。但仔细想想也不尽然，一方面，在市场经济条件下，经济生活和社会的每一个人都有联系，人人都会有自己的看法；另一方面，随着我搞了一些个人投资，特别是成为上海东方篮球俱乐部的出资人之后，自己也自觉不自觉地对这个领域产生了更多的关注，算是半个业内人士吧。总而言之，以下的文字供大家参考。

目前，最让我高兴的事情就是火箭队能多赢球，虽然目前还没高兴几回，而我又受伤了，未来的职业生涯还不知道会怎么样

我的生活比较简单，球馆、家里，两点一线。在即将过去的 2010 年，女儿的出生使得我的生活发生了很大的变化。女儿给我带来了极大的快乐，回家之后和她玩一会儿，训练的疲劳立刻荡然无存。如今，我家是“三对夫妇一个孩儿”，十分热闹，所有人都对她倾注了极大的期望和关爱。我希望女儿能健康、快乐的成长，不要给她太多的压力，毕竟她有自己选择生活的权利。我和叶莉都是独生子女，按照政策，还能生一个，我希望如此，毕竟我深知一个人的童年是很孤单的，但这事情我一个人说了不算，还得要夫人同意。

说到 NBA（哦，听说现在要叫“美职篮”了，我还没明白为什么，毕竟“NBA”是个品牌，叫别的球迷会不知所云），王治郅在亚运会期间接受采访时，把打球比喻成上班，我觉得这很有道理。既然上班，就要好好干，火箭队就是我打工的公司，我要尽自己最大的努力为球队创造更大的价值。目前，最让我高兴的事情就是火箭队能多赢球，虽然目前还没高兴几回，而我又受伤了，未来的职业生涯还不知道会怎么样，但我希望，自己“上班”的日子还能有几年，毕竟我还有许多愿望没有实现，我不希望自己的职业生涯里留有遗憾。我相信随着自己状态的恢复，我高兴的时候会越来越多，因为我坚信，身体的恢复能够带来信心的提升。

出资上海男篮，是我去年决定的事情。今年，上海队在各个方面都有显著的变化，这首先要感谢教练、球员的努力还有俱乐部经营管理团队的出色工作。上海男篮能为我的家乡做出贡献，这也是我最高兴的事情。我真心希望上海队能够再用一座冠军奖杯为这座城市带来新的荣誉。我在养伤的时候，上海队的事情关心得多一些，回到赛场后，过多关注俱乐部的具体工作就不太现实了。这就好像是第一扇门还没关上的同时发现了一扇新的门，这事就必须学会取舍。当然，大家都说老板不必事必躬亲，把握大方向就可以，但这个我目前还做不到。将来，我必须学会如何当老板，在 NBA 打球，要学作老板只能是“偷学”，就是在与老板们的接触当中体会他们的经营之道；中国的国情不同，今后我会多安排时间和国内的企业界，特别是 CBA 的各位老板多交流，学习他们的第一手经验。

如今的世界，变化之快已经超乎了我们所有人的想象。回想自己过去 10 年的变化，仿佛在做梦。年龄的增长使得自己有了越来越多的理性思考，未来的 10 年，我首先希望自己能够耐心地做好手头上的事情，而不是朝三暮四，目前就是要打好球，将来争取做个好老板。对于国家，我真心的希望社会稳定，各个方面能够有长久的、理性的规划和发展，以前我们更多的强调了效率，大家都怀着一种“紧迫感”来干事情，希望迅速改变落后的面貌。现在的情况不同了，从经济总量上看，中国在世界上已经名列前茅，我希望大家多考虑考虑科学的、可持续的发展，毕竟我们是一个人口众多、资源相对匮乏的国家。对于世界，我希望所有人能够以实际的行动关注气候的变化和环境的保护。记得有本小说里有这样的情节，父亲带女儿参观动物园，父亲问女儿哪种动物最厉害，是狮子、老虎还是大象，女儿回答，都不是，人最厉害，人能把它们都关在笼子里。的确，人类处在食物链的最高端，如我们不关注其他生物的生存，甚至肆无忌惮地对待环境，长此以往，我总觉得挺危险的。

就写到这里吧。感谢给我这个机会与大家交流。此致

姚明

毅行 2010

——广汽长丰营销变革结硕果





“All in PAJERO”活动

12 月 27 日，第八届广州车展完美谢幕，这是 2010 年中国车市和车企的收官盛会。回顾 2010 年，广汽长丰“专业 SUV 制造专家”的形象更加深入人心，仅前 10 个月，销量就已超过去年全年。广汽长丰迸发的力量与光芒，使她成为湖南汽车板块最耀眼的明星。

冰心在诗句中曾说过：“成功的花儿，人们只惊羡它现时的美丽。当初它的芽儿浸透了奋斗的泪水，洒遍了牺牲的细雨。”广汽长丰 2010 年的跨越式发展，反映出广汽长丰在营销变革上勇猛、毅行的不懈努力。

毅行 2010，营销变革激发企业活力

作为湖南汽车工业历史最悠久的整车企业，作为政府《汽车产业调整与振兴规划》颁布之后跨行业重组的第一例，广汽长丰在湖南汽车工业板块的发展中担负着重要的责任。广汽长丰提出了“领军汽车湘军”的目标，志在为湖南汽车工业的发展做出更大的贡献。

2010 年，广汽长丰开展了以服务提升、渠道提升为核心的营销变革，连续出台一系列实质性措施，涉及网络整合、区域管理、价格体系管理、商务政策全面调整等多个方面。在终端营销方面，广汽长丰在保持并强化在政府公务市场与行业商务市场强势地位的同时，更加关注私人消费市场，将地方车展和赛事营销打造成为拉动上半年销量增长的“双引擎”。

以地方车展为例，广汽长丰先后参加了西安车展、青岛车展、湖南车展、深圳车展、成都车展等多个地方车展，每一场车展都收获了可观的销量，赚足了人气。在赛事营销领域，广汽长丰与国内赫赫有名的华南虎车队达成战略合作，组建“广汽长丰车队”，强势出击全国场地越野锦标赛薛城站和环塔拉力赛，并力夺环塔拉力赛四项冠军。在 2010 澳大利亚萨法里越野拉力赛上，代表中国参赛的广汽长丰车队与来自澳大利亚、新西兰、瑞典、中国和日本等国的 132 辆赛车展开激烈角逐，最终力克群雄，捧得国际组厂商杯第一名、国际 T1.2 组冠军，为中国赛车运动再添光辉。广汽长丰还首次将专业赛事、车主挑战赛与经销商终端促销活动有机结合，形成联动，创造了“比赛进行到哪里、市场就火爆到哪里”的赛事营销新局面。每一场赛事结束，不仅广汽长丰车队收获了好的名次，经销商也收获了不菲的订单。



另外，针对中高端 SUV 市场“常青树”的帕杰罗，广汽长丰开展了“All in PAJERO（一切尽在帕杰罗）”活动，先后在“草原、黑土地、高原、山地、雨林、湖泊、平原、湿地”全国八大地貌展开相应的越野体验行动，帕杰罗广泛的适应能力和卓越的越野能力赢得了活动参与者的一致赞誉。



T3“猎豹群英汇”活动



T3“猎豹群英汇”活动

口碑载道，广汽长丰岁末感恩回馈

今年以来，广汽长丰开展的各项活动不断提升旗下产品的口碑。在“All in PAJERO（一切尽在帕杰罗）”活动中，一位驾驶了帕杰罗 15 年的徐姓车主接受记者采访时说的最多的就是“路遥知马力”。说起帕杰罗的性能，徐先生深为自己当初的选择庆幸，50 万公里天南地北的旅途让这位见多识广的车主对帕杰罗赞不绝口。徐先生的话可以说是代表了众多帕杰罗车主的心声。

而今年上市的猎豹飞腾时尚版 1.5L 更是甫一上市就受到市场热捧，在广大消费者中形成了“家用 SUV 技术派标杆车型”的认知与口碑。9 月，猎豹飞腾时尚版 1.5L 舒适型以超高性价比上市，7.98 万的亲民价格让消费者感受到广汽长丰的十足诚意。“年度最佳时尚 SUV”、“年度精品 SUV”、“消费者最喜爱的 SUV”等奖项也悉数收入猎豹飞腾时尚版囊中。

为感谢广大消费者的信任与支持，临近岁末，广汽长丰开展了“虎豹生威 岁末巨献”主题促销活动，全系车型最高优惠高达 20000 元，并有多重大礼答谢消费者，力度之大前所未有。

对此，广汽长丰销售公司总经理黄智雄在接受采访时表示，广汽长丰今年所取得的市场业绩既离不开卓越的产品，更离不开广大车主的口碑相传，岁末感恩只是全年感恩回馈活动的一个组成部分，通过回馈消费者而形成的良好口碑已经对全年成绩产生了非常积极的影响。

业内专家分析，广汽长丰全新的营销思路已经所带来的变化已经在销量上有了明显的体现，拉动广汽长丰不断巩固在行业公务市场的传统优势，并迅速占领私人消费市场，更为重要的是全年营销变革已经带动了广汽长丰渠道与服务的共同提升，这对于立志成为乘用车领域主流品牌的广汽长丰来说意义将更为重大。

美编:周青
编辑:杨婷婷 E-mail:yangtingting@eeo.com.cn
2010.12.27

我热爱的这个城市还在被拆除之中

亲爱的读者:

你们好!

遵嘱报告2010年我的状况与心得。很抱歉这封信我拖了许久,编辑刚刚提醒我应该把信汇出了,我答:“马上就写!”——这也代表了过去一年里我的真实状态,就是被催着赶路。2010年我过得很不轻松,而且,从来没有这么不轻松过。

曾记得去年年底,我对来年许下“宏愿”:2010年一定要开工《梁思成传》。可现在,这一年都快过去了,还一字未落呢。计划总是赶不上变化。

这一年对我来说,“变化”最大之事,就是《城记》英文版(BEIJING RECORD:A Physical and Political History of Planning Modern Beijing)的核校。这完全是计划外的“工程”(出版社要求的)。我从4月忙到11月,从头到尾核校了四遍,还做了一个索引(Index),极耗时耗神。《城记》出版后,我还从未如此仔细地打量过它。好几年,这书很难让我开心起来,总觉得现在的北京城还一直被拆着呢,可你写的却都是五六十年代的事情!直到2008年《采访本上的城市》出版,我的愧疚之情才有所减轻,因为我写的是现在的拆。

我们本应该让保障房来吃钱,可现在,钱要吃人了。难道,我们这一代,是把喜剧变成悲剧的高手?

我热爱的这个城市——我们最可宝贝的北京城,还在被拆除之中……想到这儿,心里好闷啊。我提醒自己,要开心一些。做事情,应该越做越开心,而不是越做越伤心。与过去相比,我确实是开心了,难道不是吗?我开心,是因为我一直在做着呢!大家都做着,这个世界就会好一些。

2010年确实有不少让我揪心的事情。今天在网上看到《北京城管称“蛋形小屋”属违建应拆除》的报道,心中感慨良多。过去五年,或写稿或约稿,我都在呼吁一件事情:我们国家,一边特别有钱(流动性充足),一边特别有需求(大家都盼着买房),这对于经济的发展,是多好的事情啊!我们应该设计一个政策,或允许以先租后售的方式,或允许未参加过1998年房改的人,以房改的政策(按成本价购买一定面积的住房)获得相应的房屋产权。这样,就可将保障性住房做成中长期的金融产品,以此最大规模吸纳流动性,并提供稳定的回报,同时制造最广大的中产阶层,为社会转型打下最坚实的基础。

此刻,我仍在为此期待。

我看到,巨大规模的流动性由于寻不到出路,已在四处泛滥——去年把房价拱成了天价;今年调控房市,它被赶了出来,又到老百姓的餐桌上捣乱,弄出了“蒜你狠”“豆你玩”“糖高宗”“油你涨”“苹什么”……我们本应该让保障房来吃钱,可现在,钱要吃人了。难道,我们这一代,是把喜剧变成悲剧的高手?

我曾设想,中国的工业化虽已进入中后期,但城市化的机会还有二十年,我们应该在这二十年里,使贫苦人家,还有年轻一代,成为有尊严的财产所有者——大家都握着不动产这只股票,就有条件参与分红,从而增进社会共识,开好“董事会”,抵达理想的彼岸。

我相信,终有一天,我们会闯过这“历史的三峡”。我还要继续为这个事情努力,越来越开心。

《经济观察报》诸君!每当我看到贵报报头上的“理性、建设性”,心中都充满暖意,也获得了力量。我深知,一个文明的社会,是须臾离不开这五个字的。幸有诸君为此坚守。我也愿加入进来,将我获得的力量继续充实到今后的写作之中。此致

崇高的敬礼!

王军



王军

新华社高级记者,耗时十年著有《城记》一书,记录北京旧城规划及拆改始末



黄珂

北京望京流水席主人,日复一日在家中宴请朋友和朋友的朋友达数万人

写给一个错过家中一餐的朋友

××:

你日前到京的时候,我正在外地。及我回京,已不及一晤。好在现在交通发达,已不是当初两地悬隔见面太难的年代了,虽憾,却不至于太甚。你说到尤其遗憾的是没能到家中吃饭,而且很好奇那样的情景。我还真是一时不知道如何向你说起,我觉得在家里接待朋友是最自然的一件事,但是很多人现在已经不这样了,见朋友都在餐厅、茶坊、咖啡馆之类的地方,这样流行的习惯中也许我变成了少数派。

我是一个不太愿意费思量的人,所以也很少想到怎么样介绍自己、描述自己,这些年因为媒体的缘故,关于我是个什么人、这个人怎么样就成了一个躲不开的问题,有很多朋友帮我分析、总结,结果我反而觉得这个问题越来越难。后来我发觉,既然那些复杂、深刻的分析我听起来就头疼,那就反证了我其实是一个很简单的人。

在家里请客吃饭就是我的一个习惯,我喜欢看到朋友,简单到根本就不用去想理由。到家里的朋友各式各样,也许他们也是因为我简单到足以成为他们的朋友,才愿意接受我吧。

家里的饭菜其实没有什么特别之处,都是些很随意的家常菜,但是朋友们很开心,好多朋友还经常露一手自己的厨艺,或者自己带一些有趣的特产,于是就变得像聚餐一样其乐融融了。在这样一个简单的地方,朋友们或许也进入了一种简单的状态,随意而快乐,意兴也就随之飞扬。

很多人现在见朋友都在餐厅、咖啡馆之类的地方,也许我变成了少数派,我觉得在家里接待朋友是最自然的一件事

因为有时候家里来的朋友太多,确实显得地方太小,于是在朋友们的建议下开了餐厅。很多朋友也喜欢上了那个地方,而我呢,就越来越多地被介绍为“美食家”,大约是从家里到店里都脱不了一个“吃”的缘故吧。

下转14版



爸爸非常想以一种更平等更自由的方式来和你一起成长



周一暄/插图

奚志农
野生动物摄影师和环保主义者,创办 NGO 组织“野性中国”
摄影作品屡获国际大奖
女儿奚溪
原在北京某重点小学上学,后转入大理某小学

亲爱的女儿:

你已经 11 岁了，你的母亲在日记本里给你写过信，但是我却从来没有过。其实我也有很多话要对你讲，但是用这种写信的方式，却从来没有过。这样看来，我真不能算是一个称职的父亲。

你整个成长过程中，爸爸不在你身边的日子是那么的多，更多的时候还是用电话的方式和你交流。记得你两三岁的时候，打到奶奶那儿，奶奶还在旁边教你。我没有太多的时间陪你成长，你现在已经长得那么高，我都没有能够很仔细地看着你是怎么长大的，你是怎么一下从一个小婴儿就长成一个大姑娘了，1 米 6 了！这么快，是什么时候发生的事情?

我也常常在想，一个孩子的成长要给他什么样的环境，是一个所谓的好学校，还是更自由的空间?

爸爸很努力地希望你能在一个更宽松的环境，自然的环境下成长，可在你更年幼的时候还是不得不屈从于通常意义上的轨迹。虽然比你的同学要幸运一些，你还有很多机会跟着爸爸去旅行、拍摄。但是毕竟没能脱离开这样一个大的社会环境，你将上小学的时候，我真的差一点就不想送你去那个学校。因为在送你去学校前的时候，我得知你们课间休息时间是不能出楼道的。这在我看来是无法接受的，我觉得那无异于让小孩子坐监狱。但是，如果把你送到下课能够到操场的学校，那就意味我们还得搬家，整个生活都得改变。所以最终还是屈从了所谓的距离，因为这个学校就在我们家楼下。

几年之后，我自己觉得好像把你送进了火坑。当然这样说可能很夸张，那个学校是很多父母拼命要把他们的孩子送进去的。在你的成长过程我现在想想其实是不太用心的，你喜欢看书，我就拼命地买书，你喜欢画画，我就给你准备所有的纸和笔，但是你上学之后，我忽略了一个问题，你的眼睛。当发现你的眼睛近视的时候，我追悔莫及。

你那么喜欢看书，但是在城市里你的目光根本就望不出去，从我们家窗户看到的还是你们教室的窗户。尽管在这当中，我带你去帕米尔高原追寻马可波罗羊，去唐家河保护区拍摄绿尾虹雉，让你看到了非常不一样的世界，但是最终，你还是得回到城市的混凝土森林中。所以，去年我们下决心，让你休学，回到我的家乡，到了一个放学后可以自由撒野的学校，我才意识到，可能我做得有点晚。

我常常跟别的朋友讲，你现在的教室的一边窗户看沧山，教室另外一边看洱海。我也常常在想，一个孩子的成长要给他什么样的环境，是一个所谓的好学校，还是更自由的空间?

在北京的时候，你在你的同学当中已经是最特殊的了，周末你不用去各种各样的班，最多到你喜欢的画画班。

我知道你的童年可能太动荡了，你缺乏安全感，这样容易显得不够大方。有的时候甚至有些缩手缩脚，不过好在你大理的同学每天都叫你一起上学，所以这和在北京是完全不一样的。

爸爸非常想以一种更平等更自由的方式来和你一起成长。爸爸跟你讲过爸爸的童年无忧无虑，所以我才选择带你回到我的成长环境。我想你应该是能体会到的。小孩子们都在一起玩，我多么希望你能一直在这样的环境中成长，但是没想到你长得太快了。

你已经六年级了，我们还没有决定你的中学要怎么办？是留在大理还是回到可怕的北京，无论是在什么样的环境当中，我希望你都能够有比较强的适应能力，同时保持童真和爱心，自己独立思考的能力，我想这一点是非常重要的，上什么学不是最重要的，最重要的是你要坚持去做自己最喜欢的事情。爸爸用 20 多年的时间才努力实现了这个目标，所以我特别希望你也能够这样。这才是爸爸对你最大的希望。其他的像名牌大学、好工作才是成功的标准，这些都不是我的价值观。

最后，希望你别怪爸爸一直以来陪伴你的时间太少。

爱你的爸爸

写给一个错过家中一餐的朋友

上接 13 版

其实我自己对吃是很不讲究的，只要是自己吃饭,怎么简单怎么来,一碗面或者一碗烫饭就觉得很好。至于各式各样的饭菜,我没什么偏好,南方的、北方的,中国的、外国的,什么都能吃,而且还什么都能吃得津津有味,我喜欢在各种风格的饮食里面去品尝其中最有趣的东西,去找最好的特点。如果以伙食标准来论，我可能称不上什么“美食家”,不过要以食中寻美来说,我还真是很喜欢这样的找寻和发现。

对饭菜,我不挑不拣,但是会去发现其中最好的一点;对朋友,我同样不会去分别,但是会去寻找他们身上的闪光点。我的朋友从年龄、职业、身份到兴趣、爱好、性格千差万别,但是每个人身上都会有亮点,这是非常有趣而且让人快乐的。有朋友告诉我,这是一种预设快乐,从这样的角度去看人,就是预定了一种乐观的结论。我想这种方式没什么不好,如果更多的人用这种方式待人的话,就更有理由乐观。

在家里请朋友吃饭，简单如我，只看到了其中的乐趣,但是后来越来越多的朋友思考这件事,而且发现了很多有趣的东西。我也很乐意与他们一起去寻找,于是大家找出了越来越多的东西,其中有故事、有感悟、有意趣、甚至有哲理,这些东西需要表达出来,去年就有了《黄珂》这本书,而现在呢，朋友们又在筹拍电视系列剧、电影,希望明年就能把这些事情做出来。我个人的朋友毕竟是有限的,把这些有趣的东西与所有的朋友们分享,兴许人们会与我一样感受到很多的精彩。

不少外地的朋友说，我在北京，他们参与的机会太少,希望我把同样的家宴摆到他们那儿去,还取了名字叫“黄友会”分会,有些地方的朋友甚至一年前就把场地都布置好了。我记得去年曾约了一群朋友到箭扣长城,当时负责接待的朋友打出了“黄门宴”开出北京的布幅,那一次,一些朋友非常感动,觉得找到了自己很久未曾体验的过去时光。我觉得并不是我有多么特殊,人同此心、人同此情,谁都希望在一个单纯的场景里率性而快乐。如果朋友们愿意把我作为这样一个场景的标志的话,我乐意把“黄友会”开到很多地方。但是我更希望人们能自己创造这样的场景,为自己也为身边的朋友们创造快乐,这并不需要太多,只是要足够的简单和足够的善意。

我相信不会太久,你一定有机会再到北京,到时候我会在家里请你吃饭。或者,我会有机会到你那儿去,那个时候，在那边朋友办的“分会”那里,我们会有同样的相聚。

黄珂

全球CEO课程
专门为中国CEO量身定制

哈佛商学院、中欧国际工商学院、IESE商学院
三大洲著名商学院强强联手,
提升CEO的领导力,
聚焦战略和计划的成功实施，迎接全球挑战。

中欧国际工商学院　IESE商学院　哈佛商学院



中欧国际工商学院、IESE商学院以及哈佛商学院集结强大的学术力量，共同提供全球CEO课程。该课程针对CEO在当今中国所面临的商业和管理挑战，专门为中国CEO量身定制。本着学术严谨和倡导多元化的原则，这个集合了杰出师资力量的综合性管理课程力图以其独特性和高度的专业性创造非凡的学习体验。

全球CEO课程专为中国企业的首席执行官、董事长及企业最高决策者量身定制。学员均有10年以上的高层管理经验，并来自于快速成长的成功企业。这些久经沙场的商界领袖来自各种类型的企业，包括中国国有、私营、及上市公司。这些企业不仅处于本行业的领导地位，还应具有优秀的商业道德和社会责任感。

课程目标

全球CEO课程为中国的CEO们提供了一个绝佳的机会，使他们得以对社会、文化、政治和经济等领域中各种对全球商业环境产生重大影响的重要因素形成全新的认识。通过深入分析各种关键问题、商业发展动向和新兴趋势，学员将学会如何通过自身以及所在组织的努力，在整个组织范围内创造和保持价值。

三大核心模块

模块一：中国上海 中欧国际工商学院 2011年3月27日－4月1日
- 竞争战略
- 营销战略
- 战略人力资源管理
- 战略运营管理

模块二：西班牙巴塞罗那 IESE商学院 2011年6月5日－10日
- 创业管理
- 全球营销
- 绩效评估与控制
- 资本市场

模块三：美国波士顿 哈佛商学院 2011年7月24日－29日
- 商业、政府与国际经济
- 创业学
- 领导力
- 新兴市场创新
- 谈判学：如何达成交易

详情请洽

中欧国际工商学院高层经理培训部
张旭女士　电话：021-28905213　电子邮件：zhjulia@ceibs.edu
手机：13818971933
吴颖洁女士　电话：021-28905192　电子邮件：wjoanne@ceibs.edu
详情请见：www.ceibs.edu/execed_c/gcpc

哈佛商学院高层经理培训部
宗蔚冰女士　电话：+1 (617) 384-5867 电子邮件：mzong@hbs.edu
详情请见：www.exed.hbs.edu/programs/gcpc/
耿艳青女士　电话：021-50121606　电子邮件：
harvardchina@hbs.edu
详情请见：www.exed.hbs.edu/programs/gcpc/

CEIBS
CHINA EUROPE INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL
中欧国际工商学院

IESE Business School
University of Navarra

HARVARD BUSINESS SCHOOL
EXECUTIVE EDUCATION
哈佛商学院

向不可捉摸的“什年代”致敬



朱大可

文化学者、批评家和随笔作家。著有《记忆的红皮书》、《话语的闪电》等

亲爱的读者:

2010年打烊,意味着21世纪首个“零年代”的终结。越过前十年的奇诡道路,我们已经洞见下一个“什年代”的汹涌风云。

在零年代的已逝十年,新事物大量涌现,犹如一场文化大爆炸,制造着上世纪90年代所无法企及的“奇迹”。大规模灾难、雷人官员、群体事件、山寨器物、娱乐偶像、电视/网络红人、文化丑角、匿名哄客、恶搞语词,各种古怪的事物风起云涌,前赴后继。仅仅耗费十年光阴,我们便拥有过去需要100年才能遍览的风景。

正是这加速引发了强烈的时间焦虑。这焦虑被岁月的流逝所触发,而指向变化莫测的未来。我是谁?我从哪里来?我向何处去?这是一种历史久远的探查,重新横亘在迈向2011年的道路上,向我们发出如下追问:谁来主宰我们的命运?谁来接管我们的未来?谁来续写我们的精神族谱?

在传统宗教大幅度衰退的21世纪,各种谣传和谶言此起彼伏,包围着人们的日常生活,与此同时,灵媒、先知和占星家也大规模涌现,试图说出关于人类灭亡或复兴的预言,并对剧烈的全球变局做出回应。这是一个预言家辈出的时代,他们企图阐释正在发生剧变的现实,以及一个变化无常的未来,判处它永生、死亡或涅槃。

早在1999年,关于“千年虫”的咒语就已在流传。诺查丹玛斯的末日预言,更是成为激动人心的恫吓,击打全球民众的日常神经。十年之后,这种危机感卷土重来。UFO在世界各地频繁出没,并加强在中国的活动,仿佛在宣布一种嚣张的信息,但没有任何人能解读这种映射在天空上的密码。

与此同时,那个被玛雅人的神明所诅咒的2012年,犹如达摩克利斯之剑,持续地高悬在人类头上,寒光四射,凛然不可正视。电影《2012》提供了一个地理先兆,那就是位于美国黄石国家公园的火山。而这个预兆竟然已在现实中呈现——一些欧美地质专家发出警告,黄石公园地底热能发生异常,意味着这座足以毁灭人类的“超级火山”即将苏醒。7月23日以来,黄石公园低调关闭了园内部分区域。此举被视为对火山危机做出的初级反应。

在所有的2010年度预言里,“黄石征兆”只是其中最寻常的一种。它的警示意义被电影的虚构性所遮蔽,令人产生坚实的安全感。胶片是用来涂写现代神话的莎草纸,它的功能就是让人在走出影院的瞬间,点燃从灾难幻象中解放的喜悦。

撇开那些神秘的谶言,仅仅依照内在的直觉,我们也不难看出,在下一个十年,中国将面临波澜壮阔的巨变,更为重要的是,许多人的生活方式,都会发生戏剧般的转折。

在下一个十年里,我们这代人(出生于1950——1960年间)将面对职业性退休。由“文革”哺养出来的古怪一代,即将放弃接管了20多年的权柄,为后辈留出广阔的上升空间。这是文革后第一代精英的集体下课。

是的,从2011年开始,“50后”将依次、满含遗憾地退出这个时代

对于苦待的接棒者而言,这是一个喜讯——这帮老不死的,终于到了玩完的时候!

是的,从2011年开始,“50后”将依次、满含遗憾地退出这个时代,退出被撕裂的历史,退出争斗与抒情,退出声色犬马的名利场,转而成为缅怀往事的回忆录作家,靠对似水年华的追忆而度过余生。只有极少数人能够超越这种体质人类学的限定。

在下一个十年,我会看见我本人的历史性衰退,我将义无反顾地从汉语书写的前线撤离,转而成为一个神色超然的旁观者:退休、在世界各地旅游、读更多的书,写更多的絮语,于阳光下沉静地缅怀往事,眼望隆隆巨变的中国。而在更久远的岁月之后,逐渐进入失语和缄默的状态。在关于未来的镜像里,我看见了我长满白发的灵魂。

如果世界发生位移、塌陷和崩裂,那么我将祈求一个能够容纳呼吸的图书小室,让我在阅读中平静地死去;如果这世界有幸变得更加喧闹,那么就让我停栖在阑珊的微光里吧。我要从一个无人眷顾的边缘,去窥视那个被钱和物欲吹涨的“盛世”,并向它的抵抗者表达敬意。

朱大可

对未来的最低期待

亲爱的读者:

小学时想象2000年,中学时想象2008年,这是学生时代标准的作文题。在作文里,想象未来的中心思想是相信未来。相信未来的目的是遗忘过去,直至遗忘现在。即使身处水深火热之中,依然可以通过想象乌托邦让自己生活在幸福的幻象之中。乌托邦是遥不可及的未来,属于画饼充饥;2000年或2008年则是现世的乌托邦,可以望梅止渴。但是,现在看来,望梅止渴和画饼充饥并无本质区别。

现在,我依然会想象未来,但我更愿意借助过去想象未来。

2010年,世界杯在南非举行。由此上溯到1994年4月,南非举行首次不分种族的民主选举。诺贝尔和平奖获得者、南非真相与和解委员会主席图图,在《没有宽恕就没有未来》里这样回忆当时的景象:我折好手中的选票,投进了票箱。啊!我忍不住地叫了出来:“好啊!”我感到晕眩,如同坠入情网的一刹那,天空变得更蓝更美了。我看到人人都焕然一新,我自己也脱胎换骨了。

我更不愿对未来过度想象,那有些天真,我们已经天真了无数次

图图不是在虚构乌托邦,也不是在画饼充饥或望梅止渴,为了感受到“脱胎换骨”,他和他的朋友们一直在努力,另一位诺贝尔和平奖获得者曼德拉在监狱中度过了27年。那个像梦境一样的时刻,对图图来说已是往事,对另外一些国家的子民而言,是对未来的最高期待。

岁末,宪政学者蔡定剑先生去世。他的儿子在追思会上表示:希望有一天,到父亲陵前扫墓,能给他烧张选票。蔡定剑生前不是公众人物,但是他的去世,却成为最受关注的事件之一。在“感动中国”票选中,蔡定剑票数升至第一。我很不喜欢“感动中国”这档节目,但是,我依然去投了蔡定剑一票,同时也投了梁从诫先生一票。对蔡定剑的追思,寄予了公众对宪政民主的望眼欲穿。

2010年,世博会在上海举行。1902年,梁启超先生在《新中国未来记》里,想象未来上海将举办博览会。这个细节不断被媒体放大,说明世博会的百年一盼。但是,这部小说的核心内容却被忽略,在梁启超的想象中,世博会被一笔带过,立宪是重中之重。

晚清,立宪领时代之风潮。1910年,整整一百年前,天津士绅温世霖涉嫌扰乱社会秩序,被发配新疆,流放之旅成为立宪考察之旅。他写下《昆仑旅行日记》,天津古籍出版社的编者前言这样概括当时的盛况:“沿途各地接待他的无数士绅、商民、官员,几乎都跟他志同道合,配合其考察,关怀其健康,要他准备为国家民族承担大任。”梁启超和温世霖可能不会想到,一百多年后的读者,会重复着他们的想象,甚至会羡慕他们的境遇。

我不愿放弃对未来的想象,一个人如果失去了未来,他也失去了现在。但是我更不愿对未来过度想象,那有些天真,我们已经天真了无数次。我对未来的最低期待是,即使未来有很多新的问题,但各方的共识是不能回到过去。这不意味着遗忘过去,不能回到过去,正是因为对过去记忆犹新,深知其中之恶。如果是那样,我就心满意足了。

王晓渔



王晓渔

评论家、文化学者,现供职于同济大学文化批评研究所。著有《文化麦当劳》、《知识分子的“内战”》等

亚洲第一塔为传祺加冕 海心沙恢弘上市见证新高度

12月20日晚,“传祺启航·世界同行”——传祺之夜上市活动在广州亚运会开闭幕式主会场——海心沙隆重举行。在现场两万多名观众和嘉宾的共同见证下,广汽传祺Trumpchi恢弘上市。

以扬帆起航为设计理念的海心沙因亚运会开闭幕式而闻名于世,作为广州亚运会官方指定礼宾接待用车,广汽传祺也因亚运会而驰声中外。海心沙的首次商业活动,亚运气息依然浓厚。广汽传祺上市发布会的现场演艺由亚运会开闭幕式的导演班底倾力打造,演员阵容豪华,场面气势恢宏,让人恍若回到亚运会开幕式现场。而当一束激光将“传祺”两个大字从发布仪式现场投射到亚洲第一高塔、世界第一高自立式电视塔--广州塔上时,广汽传祺的全新传奇由此上演。

有媒体评论,广汽传祺上市发布会无论是地点的选择、嘉宾的人数还是现场气势的营造,都创下了业界的多个第一,堪称国内有史以来规模最宏大的新车上市仪式。而极具竞争力的定价,辅以完善的“加分服务”,使得广汽传祺一上市便成为中高级轿车阵营2.0L级别最具性价比优势的车型。可以预见的是,依托广汽集团强大的品牌号召力和品质口碑,广汽传祺必将一炮而红,成为中高级轿车市场的全新标杆。

五星传祺,树立技术新标杆

广汽集团副总经理、广汽乘用车总经理吴松表示:“广汽传祺在工艺精细、大气华美的前提下,通过技术创新,实现了操控、动力、智能、安全、人本5个方面的完美结合,造就了‘青出于蓝而胜于蓝’的精品典范,真正成为具备世界车品质的‘五星传祺’。”

广汽传祺承袭了欧洲先进的阿尔法o罗米欧(Alfa Romeo)166车型底盘平台技术及发动机技术,以优于对手的先天优势,带来远超同级的操稳性和乘适性;同时充分优化转向几何与悬挂系统的配合,从而达到转向操纵轻便,低速灵敏、高速稳定。非同一般的驾驶乐趣,使广汽传祺成为同级车中的“操控之星”。

广汽传祺搭载广汽集团研发的VTML 2.0L直列四缸自然吸气直喷汽油机,最大功率和最大扭矩分别达110Kw和183N·m。拥有多种模式手自一体解决方案的爱信5档自动变速器与发动机形成黄金组合,使广汽传祺成为当之无愧的“动力之星”。

广汽传祺配备先进的总线网络,基于世界最先进的控制器局域网(CAN)技术的整车电子电器平台设计。世界领先的电子电器网络架构、功能齐全的电子模块集成、世界一流的电磁兼容水平、云集世界一流供应商的共同开发,成就了广汽传祺的“智能之星”。

广汽传祺全面强化主动安全防护和被动安全防护,车身运用GAC(Geometric Absorption Control)车身碰撞吸能控制技术进行高强度、轻量化设计,达到C-NCAP五星级碰撞安全要求。同时,配备同级车中领先的“五位一体”主动安全电子控制系统,包括ABS、EBD、TCS、HBA、ESP。尤其值得一提的是,广汽传祺导入国际先进的行人与儿童保护理念,引领中高级车安全新标准,将广汽传祺打造成为名副其实的“安全之星”。

广汽传祺造型灵感来自雪豹,是由东西方设计大师共同演绎的精心之作,把优雅尊贵、动感时尚融合得恰到好处,完全符合了个人、商务、公务各层次消费者的品味。广汽传祺车身长4800mm、宽1819mm、高1484mm,轴距达2702mm,由于针对中国用户需求而特别设定了人性化的空间设计指标,令驾乘倍感宽敞舒适。精心、全面的人性化设计,豪华大气而又以人为本的内部空间,锻造出广汽传祺的“人本之星”。



青出于蓝,树立品质新标杆

广汽集团旗下拥有雅阁、凯美瑞两款世界级的中高级轿车,无论是品质还是销量都处于业界领先地位。广汽乘用车完美继承了广汽集团深厚的中高级轿车制造经验,从生产体系、配套体系到研发体系均采用最高标准,品质保障体系做到了“源于雅凯,高于雅凯”。

在生产体系方面,广汽乘用车全面向广汽本田、广汽丰田全球标杆工厂看齐,充分地整合世界一流的高科技、高精度生产装备,工艺技术达到了全球先进水平,筑成世界级的制造工厂。

在配套体系方面,广汽乘用车在认真分析当今主流的供应管理模式的基础上,创新性地提出了“微竞争”模式,通过三年的努力,广汽乘用车已建立了全球化的零部件配套供应体系。目前在全球排名前10名的顶级零部件供应商中,广汽乘用车已经和9家结成了战略合作伙伴关系。

在研发体系方面,广汽乘用车不遗余力地推进人才团队建设,投入巨资组建广汽研究院,吸引了一大批来自美国、欧洲和日本的核心技术专家加盟,他们拥有平均15年以上的行业经验和扎实的专业能力,是广汽传祺精良品质的“缔造者”。

强大的研发、制造、零部件和品质控制体系,保证了每一辆广汽传祺都拥有世界车的品质,成为中高级轿车的品质新标杆。

“加分服务”,树立服务新标杆

在广汽传祺上市活动现场,广汽乘用车的服务品牌“加分服务”也正式发布。广汽集团副总经理、广汽乘用车公司总经理吴松表示,服务品牌的发布与广汽传祺上市同步,是广汽乘用车对服务高度重视的体现,同时也是对消费者表明,广汽乘用车在服务方面,已经做好充分准备。截至12月底,广汽乘用车在全国重点城市将有50家销售店开业,可完全满足首批车主的服务需求。

“加分服务”的品牌标识创造性地运用了“+”号作为设计元素,它也可以理解为象征满分的“十分”。基于广汽集团“至精·志广”的企业理念,“加分服务”服务品牌的核心价值是专业、周到、创新、信赖。即:力争以专业人才、专业团队、专业配置和专业流程实现服务的“十分品质”;以服务网点的周到、服务流程的周到、客户关系维护的周到、补给零部件的周到、快速保养工位的周到、愉悦服务的周到带来消费者的“十分安心”;以绿色经销店、全方位质量管理和先进车间管理理念等创新服务理念实现服务的“十分体贴”;以100%纯正零部件、透明的零件价格、服务工时和费用、可视化维修服务、维修进度看板、品牌体验日、安心购车保修政策、爱车讲堂、车友会、广乘车主杂志、年度车主活动等多样化信赖活动,带来消费者的“十分欢欣”,并最终实现“加分服务,满意加分”,为消费者汽车生活添光彩。

吴松说:“在竞争激烈的中高级车市,惟有实现产品力与服务力的全方位发展,才能开创中高级车的传祺世代。我们将以满足消费者需求为立足点,以不断超越顾客期待为愿景,力争以‘车’为桥梁,与顾客建立终生信赖的关系,为行业树立全新的服务标杆。”



超高性价比,树立价值新标杆

从产品力的角度来看,广汽传祺拥有高起点、高标准、高品质的“三高”优势。高起点是指广汽集团以“打造世界车”为目标,从B级车切入,融合全球优势资源缔造传祺,“一出生就风华正茂”。高标准是指广汽传祺超越同侪的配置水平,也是指其“师承雅凯”的高标准制造体系。高品质是指在全球领先工厂生产的广汽传祺,达到了业内首屈一指的品质水平,而吸收广汽本田、广汽丰田成功经验全力打造的高标准销售服务体系也为服务品质提供了强大保障。

业内专家分析指出,中高级车市的竞争越来越激烈,拥有先进技术、精良品质和丰富配置的车型,同时必须具备高性价比优势,才能将成为市场王者。广汽传祺以其优良品质全面领先B级车,彰显出广汽传祺超高的性价比优势。高起点、高标准、高品质,加上高性价比,广汽传祺将以无可辩驳的实力树立起中高级轿车的价值新标杆。

广汽集团副总经理、广汽乘用车公司总经理吴松表示,广州海心沙因华丽的亚运开闭幕式而备受世人瞩目,广汽传祺也将以海心沙为新起点,迎来传祺世代的启航。这款承载广汽人梦想、倾广汽集团全集团之力打造的中高级轿车,必将凭借高品质、高性价比以及高标准服务,为消费者带来全新生活体验,并引领中国汽车实现由“中国制造”向“中国创造”、由“中国车”向“世界车”的双重跨越!

美编：周青
编辑：施健子 E-mail:shijianzi@eeo.com.cn
2010.12.27

2020，熊猫绝种了

> *七匹狼卢浮宫旗舰店盛大开幕，法国前总统夫人布鲁尼·萨科齐前来祝贺。世界名牌 Louis Vuitton 正式更名为 Luyi Weideng*

亲爱的 Pauli：

这是 2020 年底某日的新闻简报。

国内新闻：

赞比亚祖鲁族自治区人大代表呼吁全区人民响应祖国民族大团结的号召，新的口号是“做骄傲的黑皮肤中国人！”

对美国和申根国家的来华人员签证发放措施收紧，自 2011 年 1 月 1 日起该国家和地区申请普通短期来华入境签注者需提供等同于人民币 50 万元的存款证明。2015 年开始使用人民币作为单一货币的东盟国家不受此规定限制。

经济动态：

中国在 2010 年开始研究的时光机器正式投入市场，已获数家央企旅行社订单。价格将从万元起价的五十年代大跃进平价游到百万元的高端唐朝之旅不等。

鄂尔多斯连续五年蝉联全球人均 GDP 冠军城市，义乌、太原和卢森堡分列二至四名。

北京巴黎高铁迎来第 100 万个旅客。

中国自主研发生产的载客量达 2000 人的超大型客机近日投入运营往返于北京包头航线。

上海证交所昨日突破 5 万点大关。

首都经济建设专题：

连接天津、张家口、保定和承德地区的十五环路举行奠基仪式。据专家预测，届时十五环附近的房价预计上涨幅度为 15%左右，经适房价格接近每平米 15 万元。

交通部长近日称：“北京市民每天花在交通上的时间在 5 小时是可以接受的。”七环路上日均超过 200 公里的拥堵距离有望在 4 周内得到改善。

影视娱乐要闻：

厦门代替戛纳成为金鸡电影节的固定举办地，在金棕榈奖停办多年由金鸡奖接替后金鸡终于重新落户祖国。

华谊兄弟集团年票房收入超过华纳兄弟，成为全球排名第二的影业巨头。

张艺谋执导，千万人参加的中朝友谊巨作《平壤印象》即将上演。

影星黄晓明继 2012 年参演《阿凡达 II》跻身国际巨星之列，后获邀以天价片酬主演 2020 年郭敬明的新作《霍比特之恋》。

因主演《杜拉拉升职记 8》林妙可得到文化部颁发的华表奖最佳表演奖。

文化一瞥：

韩寒即将启程赴挪威领取诺贝尔文学奖，这是韩寒第一次踏出国门。

于丹表示在卸任联合国教科文组织秘书长后将接任全球孔子学院 CEO。

中国当代波普艺术收藏无人问津近况堪忧，大跃进文革珍品走势正旺。

生活时尚快讯：

优衣库可能会淡出全球市场，而被收购该公司不到 2 年的凡客诚品以自家品牌所取代。

七匹狼巴黎卢浮宫旗舰店盛大开幕，法国前总统夫人，名模卡拉布鲁尼·萨科齐前来祝贺。

世界名牌 Louis Vuitton 正式更名为 Luyi Weideng。

《奥斯卡盛典三年》郭培红毯作品集出版。

上海东华大学开设首届模特博士班。

洪晃荣任中国服装协会理事长。

大宝斥巨资签约章子怡代言新推出的分子抗皱系列。

社会资讯：

景山地区的拆迁补偿费已达到每平米 100 万元，广大居民盼望拆迁。

最后一只野生熊猫被发现已经死去，标志着这一天然物种的灭绝。而通过克隆技术繁殖的家养宠物熊猫不被世界权威生物机构认可。

熊猫。绝种了。

张大川(Johannes Neubacher)


周一暄 / 插图

张大川
奥地利人，9 年前来到中国，在联合国工业合作发展组织驻北京的办事机构任职。后来进入时尚媒体圈

Pauli
张大川的外甥，出生于北京奥运的最后一天，2010 年第一次来到中国，现在，他在德国看动画片《天线宝宝》学习中文

挫折肯定难免，但绝不会有挫折感


刘敏 / 插图

李冰冰
演员，联合国环境规划署国际亲善大使

> *我就是有厚脸皮精神，当我认定一件事，就一定要去做*

亲爱的读者：

收到《经济观察报》的约稿函后，我一直在思考应该用什么样的语言，来总结我的 2010 年。是《枪王之王》、《狄仁杰之通天帝国》两部已经上映的电影，抑或是在《雪花秘扇》剧组里的国际化体验，还是第一次投资电影、担任《辛亥革命》出品人的经历？转念想想，拍好戏，固然是我作为演员的一个梦想，但身为地球公民，为环保呐喊更是我的义务。因此，在《经济观察报》这样一份专业财经媒体上，我更乐意与她的读者——各行各业的精英人士来分享彼此的环保心得。

这些年，有两件事让我备受触动，惊觉全球变暖真的不是下辈子才操心的事。几年前我看过纪录片《不愿面对的真相》，记录了美国前副总统戈尔在世界各地的全球暖化巡回演讲，他用最容易理解的概念，让人了解“全球暖化”现象和可怕后果。另一次是恰好在 Discovery 看到摄像机拍到南极冰山融化冰山一角喀嚓掉进水中的瞬间，那种震撼真的难以表述。我本来就是一个非常容易“忧国忧民”的人，自那以后，更觉得生活中一举一动都会为全球变暖加分或减分。当最初 WWF(世界自然基金会)找我以全球大使的身份，去做“地球熄灯一小时”活动的时候，我就觉得好像找到组织了一样，好像冥冥当中存在着这样一个缘分，让我可以跟大家共同去做一点的事情。

有记者问我：“作为公众人物，你会如何利用自己的影响力，来宣传和推广环保概念？”我还真是不了解我对公众有多大的影响，但我想，哪怕只是影响到很少的人，就是收获。当然我希望这个影响力会越来越大，所以成立了自己的公益品牌“L.O.V.E”，希望能把品牌发扬光大，大家看到这个品牌就会联想到更多的东西，并能有意识的主动去履行。

环保是一项长期公共事业，艰难曲折，但是充满希望。中国人口 13 亿，受教育程度不同，普及知识的难度比较大，环保在国际上都是新课题，人们没有一个统一的标准。但为什么说有希望呢？至少我们当中已经有不少人开始有节约的意识和行为，这是一种影响力，它会影响周围很多人一起加入进来。另一方面，国家已经开始积极地推出一些相关政策作保障，也在很多城市做试点，就像当时“让一部分先富起来”一样，环保也可以让一部分人在思想上先支撑起来，甚至可以为环保注入时尚的元素，让环保借着时尚的外壳在人群中普及开来。

你问我在环保征程上是否有挫折，我说，挫折肯定难免，但绝不会有挫折感。我就是有厚脸皮精神，当我认定一件事，就一定要去做。就像我做“L.O.V.E”这个项目，我不希望它能够做得多么绚烂，只要有一个人参与，有两个人参与，大家加起来，慢慢就多了。

很喜欢甘地的一句话，他说：“心改变，态度就会改变；态度改变，习惯就会改变；习惯改变，命运就会改变”。政府也好，企业也罢，没有民众的参与，能做的和改善的也只能是很小的一部分。我们现在能做的是什么？如果我们做不了特别大的事情，那我们就相信一个集体力量，就是每一个人都从自己做起，从小事做起。亲爱的读者，我们上路了，你做好准备了吗？

李冰冰

三英争辉 一汽丰田 2010 年进口车市一路长虹

2011 年 1 月，一汽丰田对外发布消息，其 2010 年销量突破 50 万台，圆满完成年初设定目标。同时，在进口车销售渠道，一汽丰田同样取得了优异成绩——与去年同期相比增长超过 50%。

“相比于 2009 年进口车市的相对低迷，2010 年进口车市明显提振。”一汽丰田领导表示，“一汽丰田今年进口车的丰收，一是离不开三款车的优良品质，二是得力于年初营销架构调整。”

该人士所言的调整，是指丰田(中国)于 2010 年 1 月起，将旗下在华销售的三款进口车型 PRADO 普拉多、PREVIA 普瑞维亚、HIACE 海艾士的销售网点由原来一汽丰田 57 家经销店扩展至一汽丰田全系经销店。由于销售渠道拓展，这三款精品车型市场资源短缺导致的供求失衡被进一步放大，出现持续的供不应求状态。

普拉多、普瑞维亚和海艾士，犹如三员骁将，在各自的细分市场摧城拔寨、豪气干云，旌麾所向，皆入版图。

普拉多 续写丰田 SUV 传奇

自 2006 年起，中国的 SUV 市场连年飞速增长，在进口车市场，SUV 车型也占据了半壁江山。这其中，进口普拉多无疑是一颗耀眼的明星。

普拉多源于丰田享誉全球的 LAND CRUISER 车系，拥有纯正的 SUV 血统，继承了家族诸多优秀基因--优异的越野性、出色的耐久性以及绝佳的可靠性。同时世界领先科技和高端装备的运用也确保其舒适性、安全性均属同级翘楚。作为丰田的全球经典车型之一，PRADO 普拉多畅销全球 170 多个国家和地区，深受消费者喜爱。

在中国市场，囿于产能，一汽丰田投产的普拉多仅限于 4.0L 排量，即便如此，普拉多在各地仍是一车难求。此时，更适合城市路况的 2.7L 排量普拉多就只能暂时靠进口来填补巨大的市场缺口。

进口普拉多外观时尚大气，内饰清新精致，整体风格采用了豪华元素以及对称式设计，不仅符合潮流美学风格，更带来尊贵的舒适享受。2.7L 双 VVT-i 发动机使得普拉多在充沛动力与燃油经济性之间取得完美平衡。非承载式车身、前双叉式独立悬架，后四连杆机构式悬架标定了普拉多高档 SUV 的基准，提升了车体的扭转刚度和弯曲刚度，加上丰田先进的四驱系统和中央差速器锁定装置，普拉多越野能力更为出色。速度传感动力辅助转向系统，提供了精准的转向和极佳的操控感，让您无论身处城市或者荒野都能畅爽驾驭。

同时，普拉多拥有远超同侪的安全性，ABS、EBD、BA、VSC、停车辅助雷达、倒车影像监视系统一应俱全；7 个 SRS 空气囊与 GOA 车身，刚柔并济，全方位的悉心保护，让您后顾无忧。

普瑞维亚 高端 MPV 市场引领者

在高端 MPV 市场，普瑞维亚凭借时尚大气的外观、舒适高雅的内饰、先进纯熟的技术、全面舒适的性能驰骋疆场，一骑绝尘，遥遥领先。





作为高端 MPV 的价值典范，普瑞维亚是高端家庭用户及商业人群的不二之选。普瑞维亚拥有丰富的人性化配置，在车内营造了竞品难以企及的舒适度。方向盘、档把以木纹装饰并附真皮包裹，多功能方向盘高度集成常用控制功能；多片式天窗、带等离子发生器的独立温控空调、DVD 后座娱乐系统、电子语音导航系统、智能钥匙一键式启动系统、倒车雷达、定速巡航控制系统、多变组合座椅设计等均让驾乘环境更加舒适惬意。

普瑞维亚搭载 Super ECT 自动变速箱，实现低振动、低噪音、低油耗和平顺的换档功能；GOA 车身以及集成 ABS、VSC、TRC 的 S-VSC，让您一路安全无忧。

今年，普瑞维亚新增 3 种大气端庄的色调，进一步丰富了消费者的选择。

海艾士 豪华轻型客车典范

海艾士是一款外观卓越、品质高级、充满时尚豪华气息的高端商务车，受到政府机关/大型企事业单位及外资公司的追捧。大量人性化细节设计使其拥有更宽广的适用人群，为所有驾乘者提供前所未有的贴心体验。

为使海艾士在最大程度上符合人体工程学设计，设计师对诸如驾驶室门如何开启、脚踏板高度如何设定、扶手位置如何规划等细节都进行了推敲。此外，高效能空调、防紫外线玻璃、防滑机械门锁、带防夹功能的电动车窗、冷藏保温箱、离子空气滤清器、助力扶手、杯架储物格等舒适功能设计无不彰显出海艾士作为豪华轻型客车领军车型的王者风范。

今年，海艾士推出改款，由内而外焕然一新，经过重新设计的格栅、前大灯和前雾灯时尚优雅、锐意十足；13 座车型车身追加了金色，内饰也由灰色变为更为典雅的深灰色调；全系搭载 BOS，安全性能进一步提升。

岁月更迭，永锡难老，由普拉多、普瑞维亚和海艾士书写的传奇仍将延续；在中国进口车市这流光溢彩的大舞台上，一汽丰田销售体系整装待发，笑迎 2011 年的满堂彩。



世园会的“长安塔”、吉祥物“长安花”，都蕴含着回到盛唐，人们心目中的长安的涵义

王军
西安市市委常委、2011 西安世园会执委会专职副主任

避免让世园会成为“一次性”活动

亲爱的读者：

几天前，我参加西安灞河河畔的野生天鹅放飞活动，它们和后代未来将在浐灞“生于斯、长于斯”，生态环境已经足以“养活”这些大型鸟类，这很让人自豪。现在浐灞生态区的绿地已经有 30 多种野生鸟类，随着生态环境的持续改善，我们的生态事业越来越有意思了——水治理好，有了鱼才成为活水；治理好森林，也要有野兔、小鹿等生灵，才有气象。

西安世园会期间，我们还会把熊猫、朱鹮、金丝猴、羚牛等动物，都请到园子里——世界园艺博览会如果没有动物就太遗憾了。

坦率地说，公众对世园会的期望非常高，而作为世园会的重要操盘人之一，我现在压力很大。世园会无论是对于西安，还是对我个人来讲，都是大事。谈一点个人的期望，首要还是希望这次活动本身能够举办成功，成为一次顺利、完满的博览会。而除此之外，于我而言，也希望世园会它能够承载起更多，避免成为“一次性”的活动。

第二个期望是，世园会可以成为展示西安的城市新形象的平台——华夏故都、山水之城。过去遇到一些朋友，大家印象里的西安，首先就是壶口瀑布，泥沙俱下；然后是安塞腰鼓，在大漠中扭秧歌，尘土飞扬；再是貌似憨厚、木讷的兵马俑。作为西安的宣传部长，又是浐灞生态区的书记，怎样通过世园会把西安的形象优化，也是我一直深思的课题。

西安到底是什么？熊召政先生对我说，西安就是我们回到家乡，第一眼看到的村头的老槐树。这是一种民族感情的寄托。所以世园会的“长安塔”、吉祥物“长安花”，都蕴含着回到盛唐，人们心目中的长安的涵义。时间跨度再拉长一点，灞河过去叫做“滋水”，这条河在历史上像乳汁一样滋养中华文明，米家崖遗址就在不远处，沿河上溯 5 公里是仰韶遗址，再上游是蓝田人遗址，它滋养了从几十万年前到如今的中华文明。

过去曾有一个笑话：浙江、山东、陕西三省的官员闲聊，甲说，浙江某朝曾出数十位状元；乙说，山东不出状元才子，但有状元们的老师——孔圣人；最后陕西的官员说，孔圣人曾有言，“郁郁乎文哉，吾从周”。

世园会的作用又不仅是承载这些厚重的历史符号，它还可以向外界展示一个更加绿色、更加时尚的西安。已经有很多客人来到浐灞后，对西安的印象有了颠覆性的改观，也希望会有更多人明年来到这里。

中国人一向懂得反而求诸己，君子见机而作，不俟终日，把握得机会，勇于创始。风气常始于一部分人心之所向，而潜移默化，感召到更多人。通过世园会向西安市民，甚至更大范围的公众去传播绿色生活的理念，是我的第三个期望。我们拟定了一则“绿色十条”，去指引更绿色、更环保的生活，不是口号式的做法，而是具体到生活中的点滴细节。希望新的观念能够深入人心——绿色就是时尚，简单、俭朴的生活要优于复杂、奢侈，应该用花草树木装点生活，而非化学品、贵重金属，追求简单的，回归自然的美。

归根到底，一个地方的发展，经济指标固然重要，但仍要归结到人民的生活感受。西安是一个幸福感指数很高的城市，平均收入可能不如一些大城市，但生活成本低，从性格上说西安人也容易满足。希望通过绿色生活理念的传播、践行，让人们真切感受到更美好的生活。

这些期望都是基于世园会而言。除此之外，我对未来亦有几点忧思。

技术发展是快车道，而人们的科学认识水平是慢车道，思想认识水平发展与技术发展并未同步，这是我对未来的一个忧虑。最近一二十年是科学技术飞速发展的时期，拿手机举例，很多身边的朋友两三年内手机换了三四个，功能越来越多。技术的发展本身不是什么坏事，但如果技术的发展超出了人们的科学认识水平，也未必是好事。

现在大量高新技术的应用和普及，是由于人们认识到其便利性，但其潜在的风险，并没有被广泛关注。举极端一点的例子，以现在的尖端武器发展水平，如果对战争的认识还停留在第一次世界大战，以占有资源、土地为目标，可能人类早已毁灭。

第二个忧虑是关于中国的主体文化——中国建立了市场经济，融入了地球村，但与之相应的意识形态、文化心理、文化环境并未建立。反思这些年的思想教育，文革打破了传统文化、改革打破了左的文化，但是，主流意识形态由外而内、自上而下的灌输，似乎并未收到自下而上的广泛认同应有的效果。

西方市场经济的兴起发展，与基督教新教伦理作为其文化基础是密不可分的。一定的经济体制政治体制是生长在一定的文化土壤之上。在过去一些人鼓吹全盘西化，这种说法并未正视中国传统文化的根基，我们不应该、也不可能去照搬西方的一切。所以，在这种新形势下，去建设中国的主体文化意义深远——要积极的去融合、吸收一切有利文化，但也要守住自己的本位。

一些不合时宜的东西，当然要扬弃；但比如说仁义礼智信，还有一些基本的处世之道，以和为贵，君子和而不同等，这些优良传统都应该坚守和弘扬。如今，面对强势的物质文明、西方文化的冲击，我们还准备不足，而如何既坚守本位又做到与时俱进，建立主体文化，仍然是一个尚待解决的问题。

对于政治体制改革，大家都有很高的期望，提出很多细节性的制度改革，希望推进渐进式民主。但是，这些改革都是在“选”上做文章，比如扩大候选人范围，或将直选从村一级扩大到乡镇、区县。但是我觉得，竞选，其更重要的涵义在于“竞”，没有“竞”的选举是假的，如果每个人不能真实表达自己的施政主张、意愿和计划，选民扩大到一千一万又有什么用？

“竞是争的意思……竞选的好处就是摆出许多货色(候选人)叫人民选择，可以提高人民对政治的认识及兴味，可以促起政治的改进，可以便将民主更加发扬。怎样竞法？拿什么东西来竞？不是靠枪靠势力，而是靠自己的主张……竞选的人如果失败了，那只怪你的货色不中客意。准备你的货色，下次又来吧。”这是当年著名的延安竞选文告。但遗憾的是，很多人去延安考察学习，却忽视了其内在精神。

就好比说，竞选是一场赛跑。关注怎样“选”就好比关注选手、裁判数量，跑道多长多宽；但实际上，如果不让选手充分竞争，赛跑又有什么意义呢？

王军

五年后，“住有所居”梦想将实现

亲爱的读者：

假如一切顺利，五年之后我国的房地产市场状况将彻底改观，供给将慢慢赶上需求，“住有所居”的梦想将在全国大体实现。

从人们看得见的方面来说，一是住房价格将会比较稳定，二是住房制度设计将比现在更为完善，三是在上述两项都实现的情况下，房地产业也能持续、健康和稳定的发展。

或许到那个时候，房地产再也难以像现在一样成为全社会关注的焦点，如果是因为满意度提高而减少被关注度，这绝对是一个好消息。

以上愿景并非仅是空想，而是有着坚实的现实基础。

光是今年一年，全国住宅用地的供应量就是 18 亿平方米，是去年的两倍多，而以前每年增长幅度也不过两三成。如果按照总建筑面积是用地面积的 1.3 倍、每套房子建筑面积 100 平方米的标准来计算，这一供应量可建设住房 2340 万套。

如果在未来五年内保持这一供应速度，那么在“十二五”期间我们可以新建住宅 1.17 亿套，而在同一时期，预计全国的住房拆迁规模仅为 720 万套左右，一建一拆，全国在未来五年的新增住房总量 1.1 亿套左右。

往前看五年，你就能明白这个变化有多大。根据建设部《2005 年城镇房屋概况统计公报》，当年我国城镇住宅建筑面积 107.69 亿平方米，户均成套住宅 0.85 套，如果考虑非户籍家庭，根据统计局城镇人口数据和户均 2.8 人计算，户均住宅应为 0.64 套。即便是即将结束的 2010 年，我国城镇的户均住宅也仅为 0.71 套。

因此，这新增的 1.1 亿套住房，将彻底扭转我国住房市场紧张的现状。按照国家统计局的预估，到 2015 年，城镇家庭约为 2.74 亿户，住宅达到 2.78 亿套，户均 1.02 套，住房总体短缺的时代将告结束，住房市场可实现供需基本平衡。

当然，供需的基本平衡并不意味着矛盾的结束，众所周知，结构性矛盾是当前住房市场和房地产业的核心问题，尤其是一线城市，区域内的土地房屋资源有限，而希望进入这些城市的人群却非常多，难以简单地通过平衡供求来达到稳定房价。

解决问题的关键是调整住房供应结构，建立分层次、精细化的住房供应体系，包括保障性住房和商品房，出售房和出租房。“十二五”时期，调结构将是我国房地产业和房地产市场发展的关键。

根据住房城乡建设部的计划，2011 年新建各类保障性住房 1000 万套，如果“十二五”期间保持 2011 年的建设规模，期间保障性住房建设总量为 5000 万套。

预计到“十二五”期末，各类保障性住房套数与城镇家庭的比例为 25%，中低收入家庭的住房困难基本得到解决。其中，受市场因素和城市规模影响，一、二线城市的比重会更高一些，如北京可以达到 40%以上，三、四线城市及小城镇的比例会低一些。

供应结构合理的另一方面是通过大力发展公共租赁住房，改变目前以售为主的住房供应模式，租售并举，实现住房保障的可持续发展。

为了更好地让这个市场发展，除了加快住房建设，也必须抓紧制度建设。《住房保障法》、《房地产管理法》这



苗乐如
中国房地产业协会秘书长，中国房地产研究会副会长兼秘书长

两部房地产市场的基本法律应该在未来五年内出台或完成修改；预售资金监管等配套制度将会普遍推行，覆盖全国的、比较完善的住房信息系统将会建成，这将为房地产管理和调控提供更为精确的决策支持；此外，房地产税收、金融制度将会得到完善，房地产市场发展的内外部制度将更为完善。

假如住房建设及房地产市场制度建设均能进展顺利，那么在“十二五”期末，保持房价基本稳定的宏观因素和市场因素均已成熟。2009 年，我国人均 GDP 超过 3800 美元，“十二五”期间保持年均 8%的增速，预计 2015 年达到 6000 美元以上，同时，我国城镇居民家庭将达到户均住房 1.02 套左右，实现每户平均拥有一套住房的目标，住房市场告别短缺时代。

从国际经验来看，人均 GDP 5000 美元以上、户均住房 1.05-1.1 套这一阶段，房地产市场保持平稳，住房价格运行稳定。

我衷心地希望这样的一天早日到来。

苗乐如



香港应承担向世界讲述中国的角色



刘兆佳
香港特别行政区政府中央政策组首席顾问

《经济观察报》编辑同仁：

非常感谢您们的邀请，让我有机会整理思路、畅想未来。

撰写此文时，我刚接受了香港主要报章及电台就香港在国家“十二五”规划中定位的采访，也会同政府其他部门，协助全国侨联等机构举办“中国经济发展方式的转变：机遇与挑战”的高端经济论坛。中国国际经济交流中心理事长曾培炎先生专程来港并做了主题演讲。可以说，2010年我思考和工作的一个重点就是，探讨香港在国家“十二五”规划中的定位，从而进一步探索香港如何运用“一国两制”的优势，为国家走向富强作出更大的贡献。

根据世界公交协会的调查，香港的交通成本最低，只占香港 GDP的 5%，远低于其他国际都市

我们这一年的探讨、交流和工作，颇有成效，有些建议已付诸实施，有些设想正蓄势待发。受篇幅所限，这里我仅简单地勾勒出三方面的内容，即香港在人民币“走出去”、制度建设与创新、提升国家软实力中的角色，与诸君分享。

香港人民币离岸市场的建设自 2003 年底启动后，今年在各方面都有实质性的进展。目前，香港业界正在积极地探讨推出人民币计价股票、人民币计价各项保险产品等。

一旦时机成熟，香港人民币回流的渠道将渐次打开。香港作为国家人民币离岸和结算中心的基础建设，也就初步完成了。这将极大地推动人民币的区域化，为人民币国际化奠定坚实的基础。

除了这些看得见的成绩外，香港在国家制度的创新和建设方面也有着义不容辞的责任。香港是中国最早完成现代化的城市，也是最国际化的城市。香港应该把自身及其他国家现代化过程中的经验与教训，进行很好地总结，为国家下一步的发展提供参考。当然，内地人口众多，底子薄，有着特殊的国情，需要因地制宜地寻找解决问题的办法。但是，其他国家在现代化过程中已经走过的弯路、错路，我们应该引以为戒。这些制度建设大到民主法制、廉洁政府、公民社会，具体到公共交通、城市规划、专业培训等等，香港都可在制度和观念上提供正反两方面的案例，供内地参考。

例如，香港的公共交通是非常成功的。根据世界公交协会的调查，香港的交通成本最低，只占香港 GDP 的 5%，远低于其他国际都市。来过香港的人都知道，这里的交通很方便，很有效率，尤其是我们的轨道交通，不仅经营得法，而且还发展出自己独特的模式。目前，我们的港铁公司正通过合资等方式，把他们经营和管理的制度，推广到内地。

香港是东西文化交汇之地，香港应能承担向世界讲述中国的角色，告诉大家中国的进步在哪里、问题是什么、中国人在想什么、渴望什么。同时，香港还应承担让世界重新了解中华文明的责任，使大家意识到中国文化中“兼容”和“天人合一”的理念，认识到中华文明可以为解决一些现代的问题提供参考和答案、中华文明还可以为未来的选择提供巨大的想象空间。

您来信也让我也讲讲工作中的喜怒哀乐及对未来的期待。我想具体到香港和“十二五”规划，我欣慰的是，香港市民对政府积极参与国家的规划都非常支持。这是1997 年刚回归时，不能想象的事情。这表现出市民对国家前途的信心，也是香港人心回归的一种表现。但是，如何将这些支持转化为各界对香港未来发展路向的共识、转化为政府的创新施政理念和策略，如何调校政府一贯信奉的“积极不干预”的主张，又如何使我们的施政少些香港本位主义，多些国家及国际的视野，这些则是我工作中遇到的困扰。不过，我对这些问题的解决还是非常乐观的，因为我亲身感受了内地及香港这些年在观念和体制上的巨大转变。这种转变凸显出了港人超常的适应本领和内地极强的学习能力。

我的愿望与过去近 200 年来中国众多仁人志士所追求的一样，就是要建设一个繁荣富强、和谐民主的新中国，一个能傲然屹立于世界民族之林的中华民族。如今看来，这个愿望极有可能在我有生之年达到。

刘兆佳

有什么样的消费就会有什么样的生产



周长益
工业和信息化部节能与综合利用司司长

亲爱的读者：

展望新的一年，我还是想谈谈节俭。我希望大家都注意节约，简约生活，让我们中华民族的传统美德——节俭，重新成为一种时尚。

过去一年间，谈论低碳的人似乎一夜之间多了起来。概念冒出了很多，循环经济、清洁生产、绿色经济、低碳经济。其实大家不要被各种概念搞糊涂了，不管它讲什么，关键看它做什么。从实质上看，内容都是大致相同的，这就是资源节约和综合利用。

现在全球都在谈论应对气候变化的问题，我认为应对气候变化要真正取得实效，首先是以美国为代表的发达国家，要改变他们现在的资源浪费型的消费模式和生活方式，转向以节俭为特点的东方文明的简约式生活。因为有什么样的消费就会有什么样的生产，西方发达国家那种大量生产、大量消费、大量废弃的生活方式，如果得不到改变，人人都住 100 多平方米的房子，每一家都要两三辆大汽车，每一个人都是几百件衣服，穿了就扔，而我们这样的后发国家又去仿效他们，应对气候变化是没有希望的，可能有 3–5 个地球都不能支撑其资源消耗。

“新三年旧三年，缝缝补补又三年”的消费方式，是典型的资源节约。发达国家应该带头转向节约的生活、绿色生活。在改变生活方式方面，应该学习中国勤俭节约的传统美德。现在，发达国家有一批人士已经认识到这一点，他们也认为不改变是肯定不行的。可惜人数还是少了一些。

循环经济是最低碳的。循环经济的上策不是循环，而是延长我们产品的使用寿命，这是最重要的。但是现在这方面，我们做得还不好。德国的一个发电机运行 100 年了都还在用，这个是最循环的。比如建筑物，应该是百年大计，多建设像北京的十大建筑那样的精品工程。现在我们很多城市的建筑物，寿命只有20–30 年，这是非常大的浪费。

循环经济的中策，是产品的重复利用，最好是“只求所用不求所有”。现在基本每一家都有汽车，都去买汽车，假如说我们的汽车像公共汽车一样，我们需要的时候开它，而不是拥有它，也不是每一家买一个呢？再比如说我们的洗衣机，假如说一个楼里面地下室放几个洗衣机，谁要用就去，而不是每家都有呢？这才是低碳的方式。循环经济的下策才是循环利用，就是废弃了的各种废弃物，拿来作为原材料重新再用。

明年世界园艺大会要在西安举行，他们提出了“绿十条”，分别是：安全无害、简约装修；节能减排、低碳出行；按需定量、理性消费；低碳高效、无纸办公；勤俭节约、拒绝奢侈等。按照计算，每少用 100 包 A4 办公白纸，可减少碳排放 770 公斤；1 个家庭每天少倒 1 公斤垃圾，可减少碳排放 2.06 公斤；1 个人每年少买 1 件不必要的衣服，可减少碳排放 6.4 公斤；如果中国每年有 2500 万人做到这一点，可减少碳排放 16 万吨。

我觉得这就是一个很好的指南，如果我们都按照这些要求去做，从一点一滴做起，我们每一个人都能做到低碳，过一种简约的时尚生活，为发展循环经济做贡献。

周长益



海南橡胶：新增长点频出 造就想象空间

作为全国天然橡胶资源控制型企业，海南橡胶不仅在原有 353 万亩橡胶林基础上，形成稳定的利润来源，还通过内部经营机制改革、产业布局和战略调整，形成一系列新的利润增长点，具备良好的可持续发展潜力，在二级市场上，也具有很大想象空间。

发展后劲：新胶园成为显著亮点

公司目前拥有的 353 万亩橡胶园，虽然以前每年都在逐步更新，但由于投入不足，所以更新速度较慢，每年大约在 3 到 5 万亩左右。但公司自 2008 年开始，以每年 8 到 10 万亩的面积更新，明显加快了速度，形成" 生产–更新–投产" 的良性循环，为保证公司的可持续发展增添后劲。

以集团公司下属的乌石分公司为例，从 2008 开始更新建设第二代高标准新胶园 1 万多亩，实现了资源利用效益高、开荒成本低、种植成活率高的效果，胶园保苗率达 98%，均匀度达 85%，林段道路通达 80%。 截至今年 11 月中旬，该分公司完成新定植橡胶面积 8.27 万亩，超计划 2798 亩。这也是 2008 年以来同期定植力度最大、面积最大的一年，标志着公司加快低产胶园更新速度、科学规划建设第二代胶园战略，已见成效。

另外，根据国家农业部的橡胶发展战略，海南橡胶提出向中西部转移的部署，目前正按国家标准化胶园建设的要求，严格落实高起点、高标准、高质量、高投入、高效益和良种化、梯田化、林网化、覆盖化、化学化进行更新和转移，实现提前规划、提前育苗、提前开荒、提前造林、提前覆盖。

由于第二代新胶园，在选种方面大力推广以 PR107、热研 7–33–97、大丰 95、RRIM600 等 13 个高产品种，而且利用管理新技术，使胶园呈现新面貌，产量可由原来的平均亩产 50 到 60 公斤，普遍增加到 100 公斤以上。

公司招股书显示，此次发行募集资金的投向，也主要是用在更新种植新胶园、橡胶种苗繁育基地建设、橡胶开割树防雨帽技术推广应用、橡胶树气态刺激割胶新技术推广应用等方面，可为未来可持续经营奠定可靠基础。

控制资源：走出去战略

以往，海南橡胶只销售自己的产品，生产多少卖多少、生产什么卖什么。2008 年，公司提出从拥有资源型向控制资源型转变、从生产加工型向生产、加工和贸易型转变，大营销战略应运而生。公司不仅成立了专门收购民营胶的金橡公司，还鼓励各基地分公司加入收购行列。

在海南除了公司拥有的 353 万亩橡胶林，地方群众还种植橡胶树 200 多万亩，这也是巨大的潜在资源。通过收购和加工民营胶，海南橡胶在控制资源方面增长潜力巨大。

同时，海南橡胶还把云南作为另一个采购平台和原料加工基地，公司计划向云南进发，设立公司，并与当地民营企业合资建加工厂，提前布局迎接云南产胶高峰的到来。今后不久的将来，有望在云南地区再造一个海南橡胶。

海南橡胶与新加坡商品交易所签署战略合作协议，在新加坡也注册了贸易公司，把该公司作为境外采购平台，实现境外贸易零的突破，开拓了面向东南亚市场的采购渠道。公司还与马来西亚知知集团合作，介入深加工领域，进而布局和实施东南亚战略。与此同时，近期国家商务部领导明确表示，支持海南橡胶走出国门，去非洲大洋洲收购胶园和自己种胶，这将为海南橡胶的国际化发展战略，开辟新的领域。

如果说对云南的拓展，是跨过琼州海峡。而向新加坡和马来西亚进军，到非洲和大洋洲发展，则是跨出国门。

业内人士认为，随着海南橡胶走出去战略的进一步实施，将进一步夯实其农业领域名副其实的资源股优势地位。

营销策略：三条腿走路

以往，海南橡胶的天然橡胶产品，主要通过下属子公司中橡市场的电子交易平台进行销售。现在，则开展了直销与分销业务，直接服务终端客户，还通过期货市场开展套期保值业务。

公司在上海、广州、青岛、天津等多个城市设立办事处和销售机构，在上海新成立了龙橡贸易有限公司，承担起大营销战略龙头的职责。其目的主要是通过委托销售方式，整合国有胶、民营胶和贸易胶资源，建立畅通的销售渠道，统筹安排销售业务，实现集团公司销售利润最大化。上海龙橡目前已建立起全新的组织架构和销售业务体系。

在上海龙橡公司这个龙头带动下，2009 年，虽然海南橡胶自产胶近 15 万吨，但实际已控制资源 22 万吨，预计海南橡胶今年销售将达 25 万吨，

在中橡市场挂单销售，可以产生竞价的效果，有利于提高产品销售价格。在期货市场进行套期保值，实现现货与期货相结合，体现出稳健经营的风格。在直销领域的探索，不仅扩大市场份额，还能直接了解到终端客户的需求，及时调节产品结构，扩大影响。

另外，海南橡胶在深加工领域，也有所动作。深加工产业园的乳胶丝及乳胶制品、胎面胶等 3 个深加工项目，总投资约 11 亿元，预计今年底将投产。此深加工项目既可以分享下游产业链的利润，也能防范原料市场波动带来的风险。同时，该项目还填补海南橡胶深加工领域空白，并改变海南" 橡胶原料大省、加工小省" 的现状。

海南橡胶的橡胶木及加工收入，物流集团的营运收入，都会为公司贡献新的利润。

综合海南橡胶以上的特质，结合二级市场，许多分析机构把海南橡胶归纳到大农业板块。但同时，海南橡胶又不同于任何一家农业类上市公司。海南橡胶所独有的现代工业基础原料特征和再生资源特征，以及产量增长潜力和控制资源的能力，使我们有理由相信，海南橡胶在上市后，跟任何一家上市公司都不具备完全的可比性，概念独特，具有很大的想象和估值空间。

http://vico.vw.com.cn 大众进口汽车销售有限公司销售咨询热线 800-810-6662, 400-610-4455



The New Touareg 新途锐 卓然登场 享·驭征途

绝大多数人在烦琐事务中成就小我，少数人在无尽征程中重塑新我。大众进口汽车新途锐傲然而至，棱角鲜明的张扬外观，透射桀骜本色；雄浑高效的动力操控，以磅礴之势逾越险阻；高科技装备洞悉全局，心无旁骛中从容征服；诸多舒适配备，置身艰险中也随时坐拥无上舒适。与新途锐赴山水同纵情，感受全面升华的越野性能与舒适体验，绘就波澜壮阔的人生新画卷。
敬请登录www.touareg.cn了解更多详情，另有独家首播新锐导演陆川力作——新途锐"享·驭征途"纪录片，恭候阁下观赏。

车之道，唯大众。

Das Auto.

详情请垂询大众进口汽车销售有限公司授权经销商

大众汽车(北京)中心 电话:010-67549988 北京中进众旺 电话:010-82402288 北京华日菱 电话:010-81777600 北京亚之杰合众 电话:010-87667676 大连大昌合众 电话:0411-87304018 沈阳大昌合众 电话:024-86890700
辽宁川达 电话:024-25515111 天津空港众辉 电话:022-84905688 青岛德辉 电话:0532-88600000 烟台德辉 电话:0535-2842500 济南德辉 电话:0531-83156000 山西华菱丰 电话:0351-7037256 长春大昌合众 电话:0431-84611116
哈尔滨大昌合众 电话:0451-88627511 河北华菱丰 电话:0311-85661022 唐山众腾 电话:0315-7788666 内蒙古华菱丰 电话:0471-3606333 深圳华熙 电话:0755-83705222 东莞华熙 电话:0769-81191678 广东乘用 电话:020-36220660
厦门建发 电话:0592-6039166 福建盈众润达 电话:0591-88351888 泉州润和 电话:0595-28286666 湖南德顺 电话:0731-88232222 广西弘德 电话:0771-4910088 海南华众 电话:0898-66835118 浙江捷通 电话:0571-28992222
台州旅行者 电话:0576-84630000 义乌恒通 电话:0579-85680567 宁波众通 电话:0574-27879999 南京交家电 电话:025-84647777 南京景众 电话:025-86631299 苏州金阊众翔 电话:0512-88888000 无锡腾众 电话:0510-85708800
常州德立 电话:0519-86577888 上海腾众 电话:400-8200-410 上海中进众旺 电话:021-51050088 湖北尚腾 电话:027-82651920 河南国际 电话:0371-86152666 安徽风之星 电话:0551-3877666 江西尚腾 电话:0791-8106666
成都新双立 电话:028-85280700 云南德众 电话:0871-8022366 云南兴星机电 电话:0871-8331999 重庆博众辉锐 电话:023-89112009 陕西新丰泰 电话:029-86170602 新疆腾众 电话:0991-6698788 贵州新双立 电话:0851-3900696
宁夏和众 电话:0951-5088885

像华尔街那样职业化



李伏安
中国银监会业务创新监管协作部主任

中国有个比较特殊的现象，在现行的体制制度安排框架下，任何人在大家看来是不合理的行为，实际上都是理性的

亲爱的读者：

还清晰地记得，十年前，我曾经勾勒自己退休以后的生活：在黄浦江边的一栋大楼里，作为一个金融家俱乐部的会员，和大家一起聊一聊市场，策划一些项目，现在想来，这种场景似乎是对中国金融市场期望的一个浓缩。

作为金融行业的一分子，我热爱这个行业，充分了解这个行业对于国家经济的重要性，经常畅想金融行业今后的发展。我希望，中国的金融市场，在十年后能够拥有"国际化、开放、竞争"三大主题。

对于金融业和银行业来讲，过去的十年呈现出怎样的状态，影响它的因素其实有很多是行业之外、金融之外的事情：经济情况、社会环境、政治环境、技术环境从整体上塑造出中国金融业目前的状态。

未来十年肯定有两个大的进步将要发生，一是中国的社会政治环境会进一步改善，二是技术环境会有超出想象力的变化，而这两个大的进步将决定金融业今后十年的状态。

金融业向来和军事领域一样，对技术的进步非常敏感，应用前景广阔，技术升级的资金也很充裕。而技术超出想象的变化会让金融业也出现超乎想象的变化。

随着整个社会走向财富社会，有财富的人变成投资者，而投资者会变得更有挑选的动力和能力，这其实会使中国的金融市场结构多样化。未来十年这个多样化的方向很明确，而且会进一步加剧。投资市场、财富市场，会更稳健更大；而银行业靠存款贷款为主导的金融服务模式，肯定会逐渐转变，其他的股票、债券，PE 等各种投资，会进一步发展。在市场规范的前提下，股票、债券和投资市场，会给中国的国民经济带来非常大的影响。

金融市场的丰富化，要靠更多的机构投资者予以支撑。所以十年后中国的市场一定会更加开放、更加国际化的。

回顾历史，汇丰银行、渣打银行，还有很多在上个世纪上上个世纪已经消失的、但当时曾经红极一时的银行，最早都是在东方创办起来，而且很多都是在中国办理起来的。那时候中国的上海比很多地方都红火。

这样的情景，在未来十年应该重新恢复和建立。不仅仅是法律制度，我们从思想和心态上都真正开放，拥有宽广的胸怀，主动让中国成为一个全球金融的舞台。

从这个意义上讲，我们对开放的理解要超越过去简单的开放机构准入的门槛，而让金融业的开放变成一种观念和管理形式。

具体地说，我希望十年后中资和外资银行之间能有一个比较相当的业务级别的平衡和较量。未来十年发展当中，外资银行在中国的市场不一定全国铺开，但是在一些核心市场譬如上海、北京、广州、香港、天津，外资银行跟中资银行有一个更好的匹配和当量。

假如说二十年以后再建一条北京到上海时速 800 公里的高铁，像今天这样财政部来牵头、中资银行提供贷款的模式可能就会发生变化。中外资银行会组织一个银团，对项目的效率、投入成本、安全、管理做完善的评估，然后集体去跟这个项目交涉价格。

更重要的是，竞争将给银行业带来品牌的文化和意识，建立行业的游戏规则。

另一种希望是，中国的金融从业人员能像华尔街那样职业化。华尔街的金融家都是代系相传，个人、家族的奋斗和成长经历，其实就很能反映一个金融机构的发展历程。华尔街的银行里都挂着这些人的照片，我希望中国的金融机构里也能出现这样的传承。让职业银行家成为大家欣赏敬佩追求的人生终极目标和境界，而不是其他目标的过渡。

我希望银行家首先要成为一个实业家，中国的银行需要职业的经理人，有魄力、有魅力的领导力，从而形成的一种文化积淀，能够跟真正的实业家和企业家同呼吸共命运，通过资金配置的方式成为实业的支持者。

十年前的时候，总思考当时银行业疲于应付各种危机的状况，问题的症结在什么地方呢？当时我个人还很难想得透彻，解决问题的途径在什么地方，更是非常渺茫。

多年之后觉得，这些问题不是一个具体的问题，而是一种体制和机制的问题，这几年从体制和机制上一解决以后，这些问题自然就得到了有效的解决。

中国有个比较特殊的现象，在现行的体制制度安排框架下，任何人在大家看来是不合理的行为，实际上都是理性的。这时候人的正常理性行为是不是真正理性，并不取决于个体，而取决于这个制度和环境是不是理性思维和理性行为。

要想使每个人从这个"非理性的理性"怪圈中跳出，达到一个真正理性思维和行为，大的环境氛围很重要。

解决这个问题，我们的体制需要更为合理的激励机制，和一种更为理性的制度安排，怎么在社会转型过程当中逐步走向平衡的道路，这个是我们未来十年对于体制需要考虑的问题。

李伏安

粮价是百价之基

亲爱的读者：

"十一五"期间，我们经历了太多的考验，太多的"想不到"——国际市场风云变幻，金融危机在全世界蔓延、国际农产品市场剧烈波动，国内情势十分严峻，汶川特大地震、雨雪冰冻灾害、罕见的干旱、洪涝……

但在这样的困难之年，复杂之年，我们始终把粮食发展、粮食安全作为首要任务，农业部门齐心协力，亿万农民辛勤耕耘。正是靠这样的毅力和信念，全国粮食总产稳稳跃升到 1 万亿斤的台阶上：2007 年开始超过 1 万亿斤，达到 10032 亿斤，2008 年再升至 10574 亿斤，2009 年是 10616 亿斤，2010 年再创历史新高，达到 10928 亿斤。

中国粮食产量连续 7 年增产，尤其是"十一五"期间，连续 4 年稳定在 1 万亿斤以上，这在半个世纪以来尚属首次。这对于中国农业来说，是"十一五"一个漂亮的收尾，而作为一个农业人，更明白其中的艰难。

受极端异常气候影响，今年全球粮食生产形势严峻，国际粮食市场风云变幻、极为复杂，俄罗斯宣布临时终止粮食出口，一些地区发生自然灾害，国际粮食市场立即做出激烈反应，小麦价格迅猛攀升。前三季度中国 CPI 同比上涨 2.9%，其中食品价格就上涨 6.1%，这使得政府管理通胀预期的任务更加艰巨。粮价是百价之基，一旦粮食生产出现滑坡，将对稳定物价、管理通胀极为不利。

今年也是粮食生产最难增产的年景。2009 年粮食生产已实现连续 6 年增产、产量已连续 3 年超过 1 万亿斤，今年粮食生产在如此高的基数上要实现稳定发展，难度之大，前所未有。

老天爷不帮忙，今年自然灾害对农业、对粮食安全威胁之大，也是历史少有。回眸去年的这个时候，对于种植业生产管理者来说，心情与现在有着天壤之别。西南的旱情还在持续发展，北方冬麦区又在经历了连续 23 个"暖冬"后突遇首个"冷冬"，冬小麦提前 15 天进入越冬期，冬前生长量严重不足，普遍比常年少"一片叶、一个蘖、一条根"，苗情为近五年最差的一年……

气候遭遇"冷冬"，小麦艰难"越冬"，这种情况以前大家都没碰到过，对于夏粮生产形势，农业人普遍认为不容乐观，只能寄希望于开春后的及早管理。

然而，2010 年的春天却迟迟不来，小麦返青期普遍推迟 10 天左右，缩短了春季分蘖时间，造成大面积小麦苗小苗弱。东北、西北地区出现近 40 年来历史同期罕见的低温天气，入春比常年推迟 15 天左右，导致东北地区春播农时紧张，给粮食面积稳定和作物安全成熟带来严峻挑战。到了夏季，局部地区又频繁发生近 10 年来最为严重的洪涝灾害，秋季天气也是阴晴不定，让人很难捉摸。

回顾这一年，可以说，从南到北、从东到西，春夏秋冬季季有灾、东西南北处处有灾，给粮食和农业生产带来异常严峻的考验，也拉高了人们对粮食市场价格上涨的预期。但即便在这样的情势面前，中国粮食总产依然实现了"七连增"，实现了连续 4 年上万亿斤，这不能不说是创造了一个奇迹。

民以食为天，粮价稳人心稳。路漫漫其修远兮，作为农业人，我们衷心希望年年风调雨顺，岁岁五谷丰登！

叶贞琴

粮价是百价之基，一旦粮食生产出现滑坡，将对稳定物价、管理通胀极为不利



叶贞琴
农业部种植业司司长

浦发银行 SPD BANK
浦发创富 Corporate Wealth Plus
新思维·心服务



浦发银行以"新思维、心服务"为引领，为企业定制金融服务方案，恒久支持企业发展。公司金融品牌"浦发创富"助飞企业梦想，再攀财富新高。
| 现金管理 | 供应链融资 | 投行业务 | 资产托管 | 企业年金 | 期货业务 |
创造·分享 共同成长
客服热线 95528 www.spdb.com.cn

城乡收入差距得到遏制

亲爱的读者：

在从事七年多的市长工作中，我深切体会到，一座城市的价值，有三点很重要：第一，这座城市城乡居民的幸福感是不是不断增强。第二，这座城市对国家的经济贡献是不是不断提高。第三，这座城市的发展和做法是不是被整个社会接受借鉴和引用。

客观地讲，即将过去的 2010 年，成都的城市价值又得到了明显提升。

首先看到的是，在过去的一年，城乡居民收入继续得到两位数的增长，而且吃得更放心了，我们运用物联网技术建立了猪肉质量安全可追溯体系，对蔬菜、水果等 33 类食品实行严格的市场准入制度。

另外，无缝衔接的住房保障制度让所有住房困难家庭都能找到所需的保障政策，而覆盖城乡的物业管理服务和推广城乡宜居品质，让成都获得“2010 中国全面小康十大民生决策”奖。在出行方面，目前成都已经建成投运全国第一条市域快速铁路——成灌快铁，开通了西部城市第一条地铁。

再说说对国家的经济贡献。过去的一年，成都上缴国家的财政收入继续大幅度增长，将突破 500 亿元，是中西部地区净贡献最多的城市之一。全球半导体业两大巨头德州仪器与英特尔齐聚成都，戴尔、联想等世界级品牌企业纷至沓来，已有 29 家金融外包服务或后台服务机构落户成都，金融机构和创业板上市公司数量中西部领先，存贷款余额和证券交易额稳居中西部城市第一。

一个城市的投资环境是要靠落户这里的企业来评价的。这几年，成都进出口总额和实际利用外资保持在 50%左右的高速度，落户成都的世界 500 强企业增至 179 家，总量居西部城市第一，《福布斯》杂志将成都评为全球未来 10 年发展最快城市之首。

那么，成都是怎么做到这样的呢？这个城市的发展又有着怎样独特的模式和做法呢？

作为国家城乡综合配套改革的试验田，在过去的一年，成都启动了目前中国最彻底的户籍改革，实施全域成都城乡统一户籍改革，推动市域城乡居民自由迁徙，农民可以自由进城居住并享受和城里人一样的公共服务和社会保障。

此外，在这块土地上还深入实施了以还权赋能为核心的农村产权制度改革，建立了归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅符合市场经济规律的现代农村产权制度，增强了农村自我发展活力，政府购买村级公共服务和基层民主政治建设迈出了新步伐。

目前，成都的城乡收入差距比全国平均水平低 1/3，是全国唯一在城乡经济快速增长的同时，城乡收入差距得到遏制并呈缩小趋势的特大中心城市。

葛红林



葛红林
成都市委副书记、市长

成都的城乡收入差距比全国平均水平低 1/3，是全国唯一一在城乡经济快速增长的同时，城乡收入差距得到遏制并呈缩小趋势的特大中心城市

新生活不是纸上谈兵

亲爱的读者：

人们都爱说 “要过新生活”，“新生活”新在哪里？对此，我的理解是，新生活是更加幸福、更加健康、更加和谐、更有品位、更有尊严的生活。

新生活决不是贫穷落后的生活，而是富庶殷实、全面小康的生活。创造新生活的前提是增加社会财富，增加市民收入，增加社会保障，提升市民的整体生活水平，让全市人民真正做到“学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居”。

新生活决不是环境脏乱差的生活，而是环境优美、环境舒适、环境和谐、环境安宁的生活。创造新生活必须着力改善市民的生活环境，包括人居环境、大气环境、水环境、交通环境、治安环境、卫生环境，以及无障碍环境，努力实现“大变”目标，以“天更蓝、水更清、路更畅、房更靓、城更美”的宜居环境，让老百姓享受亚运带来的发展成果。

创造新生活的出发点在人，落脚点在人，行动主体是人，享受新生活的主体也是人

新生活决不是钱袋子鼓鼓、脑袋子空空的生活，而是精神充实、富有品位的生活。创造新生活要着力提升市民的生活品位，提升生活品位关键在于加强文化建设，包括城市人民的伦理道德、价值追求、精神气质、文化娱乐、科学民主、文明开放等方面。要通过提升市民的生活品位，形成一种新的城市精神，新的城市文化，新的城市价值追求。

新生活决不是消沉颓废、纸醉金迷的生活，而是健康阳光、和谐向上的生活。创造新生活要着力改进市民生活方式。生活方式包括消费方式、娱乐方式、休闲方式，还包括家庭智能生活方式，反对不健康生活方式，开展全民健身运动等内容。

新生活决不是个别人、个别群体、个别阶层的舒适生活，而是城市全体人民有序的公共生活。创造新生活必须着力建立安定祥和的城市公共秩序，最大限度增加和谐因素，最大限度减少不和谐因素。

创造新生活的出发点在人，落脚点在人，行动主体是人，享受新生活的主体也是人。新生活是以人为本、唯人为贵的生活。必须坚决破除见物不见人的思想，树立以人为本的指导思想。要切实解决就业、社保、教育、医疗、出行等民生热点难点问题，真正做到发展为了人民，发展依靠人民，发展成果由人民共享。

而文化是城市的血脉、城市的灵魂。要打造广州的文化，提升广州的品位，进而提升城市的竞争力。新生活应该是公正公平正义，社会充满和谐，人民的积极性主动性创造性得到充分发挥的生活。当前社会正处于矛盾凸显期、利益关系博弈期，需要妥善协调社会各方面的利益关系，正确处理人民内部矛盾和其他社会矛盾。更重要的是要培养 “公民意识”，引导广州人民自觉承担社会责任和社会义务，促进广州人民由“市民意识”转变为“公民意识”使社会体现出民主法制、公平平等、自由正义的良好风貌。

要建设绿色广州、低碳广州，就需要牢固树立生态文明的观念，切实加强生态文明建设，形成节约能源资源和保护生态环境的产业结构、增长方式和消费模式，切实把生态保护放在第一位。

新生活不是纸上谈兵，不是海市蜃楼，而是一个实践、创造、升华的过程。通向新生活的道路就在我们的脚下，创造新生活关键在于行动。“苟日新，日日新”，我们共同创造，就会迎来新生活，全社会“一起来，更精彩”。

万庆良



万庆良
广州市委副书记、市长







汤继强
成都高新区发展策划局局长，
青年经济学家

一定要远离发展的抛弃、遗弃

亲爱的读者：

回首与展望，多少温暖与感动，多少期待与梦想。

那是今夏在北大的一场演讲，当我说到，一些城市房子越建越高，房价越来越贵，城市变得越来越“高贵”，它让大学生进城了买不起住房，蜗居者越来越多；让创业者的成本陡增，让普通打工者几乎建立不起在城市安身立命的预期，让一些年轻人看不到希望和光明，高房价抑制了对创新、对技术、对人才价值的实现，等等，台下爆发出阵阵掌声。

是的，“城市不是让生活更美好”吗，但现实是，高企的房价对创业和实业无情的挤压。“居者有其屋”的千年夙愿离我们到底还有多远？

那是在今秋的厦门，我代表成都高新区高高举起“最具投资潜力经济园区”的奖杯，那一刻，我感慨万千。是的，正是产业的力量，一大批深处内陆的开发区才爆发出了如此强大的投资与创业活力，使西部正在成为中国崛起的新力量。

那是一次次我在基层走访，触摸到城市城郊、远郊的农民在发展的实践中，露出久违的、自然的笑容。那恬然的笑中为什么总藏着淡淡的忧呢，难道我们的性格中竟有天然的矜持？

这是因为，发展既属于灯前握笔的我，也属于寒夜里赶路的你，归根结底，属于怀揣同一个中国梦的我们。

然而，冬日的阳光也不会在每一张脸上映出同一个笑容。一次又一次的矿难，让人很难说我们这个民族进化在加速，野蛮的遗迹正在褪去；那奔驰的高铁，也拉不近坐在牛车上颠簸的父老乡亲与世界的距离；纵然是那GDP超过日本、仅次于美国的喜讯，也很难掩盖通胀飙升下愁苦的面容、脆弱的声音；那奥运、世博、亚运的宏大辉煌就能忘了中西部小城的孤单？那高耸入云的外汇储备就能说我们的腰杆硬了?底子厚了？竞争力强了？非理性繁荣与狂野，调结构、转方式压力陡升…… 这是发展的傲慢、发展的偏见、发展的抛弃。

无论你是流水线上的工人，还是手握锄头镰刀的农民兄弟，无论你身处沿海发达的中心地带，还是西部的偏远小镇，发展都向我们打开大门，把我们纳入怀中

因此，在新年即将到来的时刻，我祝福我自己、我的家人、亲友，也祝福大家、广大读者和那些与我们同在共和国这片土地上的人们，一定要远离发展的抛弃、遗弃。

在新的一年里，希望我们每一个个体，无论你是流水线上的工人，还是手握锄头镰刀的农民兄弟，无论你身处沿海发达的中心地带，还是西部的偏远小镇，发展都向我们打开大门，把我们纳入怀中。

在新的一年里，希望政府补上思想的缺口、行动的缺口，看看那大写的“人”字，从投资者抑或是赢家的指定者中解脱出来，谦卑地顺应我们的诉求，让我们有在祖国自由迁徙的权利，让我们免受毒奶粉、暴力拆迁、游街示众的恐惧，更有尊严地生活。

在新的一年里，希望我们不要被强制储蓄，让我们自己的储蓄不要流进不需要钱的垄断性国有企业，其实，我们才是给点阳光就灿烂，给点雨露就生长。

在新的一年里，希望我们不要有上学、看病、养老的后顾之忧，开心地消费，开心地刷卡，毫无顾忌地工作和创业。

在新的一年里，也希望我工作和生活所在的区域，无论是四川还是西部及其他地方，沐浴着发展的阳光，更有生机、更有活力。

汤继强

城市的发展不能单算经济账

亲爱的读者：

合肥正着眼建成为一个区域性的特大城市。我体会，城市的发展不能单算经济账，更要算民生账。实现民生的改善，不仅是经济发展的目的，也是经济发展的成果。

所以从“大民生”的角度来狠抓发展，把“大建设”作为最大的民生工程来强力推进，是发展第一要务。

在老城区的拆迁中，合肥在最繁华的商业路段，保留了13亩地建成公园，加上拆迁成本，整个投入超过7000万元。还有，大蜀山脚下有一块5100亩的工业及商业用地，已经完成了前期拆迁工作，但考虑到市民对它有着特殊的感情，而且大蜀山是合肥市难得的城市“绿肺”，最终还是决定工业建设让位于城市生态，将这片土地的性质重新规划为绿地。

如果算经济账，这两个地方仅土地出让金就高达120亿元。但是这片绿地是我们为子孙后代留下的一笔财富。我们坚信，在城市发展中，多栽树肯定没错。

我还有一个体会，“大建设”是最大的民生工程，也是最有效的民心工程。比如，合肥一中是市里优质的教育资源，每个家长都希望自己的孩子能得到最好的教育。但是一中在老城区只有50亩地，由于没有扩展空间，每年只能招收2000多学生。满足老百姓对优质教育资源的需求，是党委政府的责任，做大优质教育资源也是民生工程的重要组成部分。为此，合肥以规划建设滨湖新区为契机，对位于老城区的合肥一中、合肥四十六中、合肥师范附小等一批中小学进行迁建、扩建。

现在的合肥一中，占地将近400亩，相当于原来的校园面积的8倍，可以容纳7000多学生；同时，将一中的老校址划给了另一所老牌的名校——合肥六中，扩大了六中的优质教育资源。2005年到2009年，累计新建、迁建中小学54所，解决了6万名孩子就近上学、上好学的问题。

结合“大建设”，合肥还放大优质教育、医疗卫生资源，促进公共服务均等化；实施积极的就业政策，基本消除“零就业”家庭，实现了由劳务输出向输入的历史性转变；不断完善社会保障体系，在全省率先实行城镇居民医疗保险，将合肥下属三县新型农村合作医疗与城镇居民医保“二险合一”；兴建经济适用住房21.4万平方米，建成及在建廉租住房40余万平方米、公租房80余万平方米，低保、困难家庭住房实现应保尽保。

到2015年，合肥的城市人口规模将至少达到400万，也就是说，将有100万人进入城市；而到2050年，合肥市人口规模可能将达到1000万左右，按城市化率80%计算，合肥将有800万城镇人口。

我们的愿望，就是要通过更好更快地推进经济社会“大发展”和基础设施“大建设”，让老百姓享受更幸福的生活。

孙金龙



孙金龙
合肥市委书记

贵宾理财
CITIC PREMIER

中信银行贵宾理财基金组合N计划问世：从产品创新走向服务创新

从古至今，人类的经济阶段经历了从自给自足，到以物换物再到商品经济的重要的经济时期，如今已经到了金融投资的新经济时代。新经济时代的个人理财应该更加注重在金融体系和资本市场中的运作和投资。圣经《新约·马太福音》中的寓言所暗涵的道理也使新经济时代下的投资理念得到启示，这也是著名的马太效应在投资理财领域中的运用：以钱生钱，让自己成为钱的主人，让钱为自己工作。同时，这也是新经济时代下投资人的理财需求。

新经济背景催生新需求

从21世纪初年开始，国内商业银行就已经将目光从对公业务转向零售银行业务。包括中信银行贵宾理财在内的国内商业银行均在理财产品研发、理财服务创新领域进行了新的尝试，包括打造顶级的理财团队、为高端客户提供证券、保险、期货、房地产投资甚至律师服务等众多领域的专业服务。

2010年，中国经济跨入“十二五”规划阶段，增加国民收入将成为未来衡量经济增速的重要指标，新的经济形势催生出繁荣的个人理财市场，各类投资品种层出不穷，以基金产品为例，细分投资标的的行业型、指数型、主题型、QDII型等基金投资产品令人眼花缭乱，在单只基金投资已很难满足客户整体理财规划需求的前提下，更加专业的理财服务应运而生，中信银行推出的全新理财服务“基金组合N计划”，旨在通过专业的投资服务，达到为客户科学、全面规划基金资产配置的目的。

中信贵宾理财 一站式服务 N计划投资

保底、收益、方便、灵活、省心、安全，这些都是投资者对于投资理财的需求，投资人在面对资本投资的时候会根据自己的切身情况有不同的侧重点，“基金组合N计划”可以推荐提供安稳型、保守型、稳健型、成长型、积极型等五个不同风险收益特征的基金组合，每个组合包含4-5只不同类型的基金。能承受高风险的投资者，可采用积极型基金组合，此类基金组合的资产配置以股票类资产为主，具有较高风险同时也较高回报的特性。风险承受度较低的投资人，则应选择安稳型基金组合，此类紧急基金组合的资产在权益和固定收益类中均衡分配在基金类型上倾向于混合型基金和债券型基金。

一站式服务，N计划选择，中信银行贵宾理财N计划使投资人在理财投资的道路上，不再面对向左走向右走的选择，投资人登陆中信银行贵宾理财网站的风险测评专区，即可对自己风险承受能力的进行等级测评，再结合自己的实际情况选择中信银行贵宾理财基金组合N计划推荐的基金组合方案。

基金组合N计划 配置最优化 收益最大化

基金组合N计划是一种开放式的创新思维，美国学者Gibson1986年发表于《金融分析家杂志》上的一篇名为“组合绩效的决定”的文章表明：投资收益的91.5%由资产配置决定。这与中信银行贵宾理财推出的基金组合N计划的理念不谋而合，也就是：用最佳的资产配置组合方式决定了投资收益的90%以上。通货膨胀率的高低、CPI的升降、利率的升降、经济周期等各种变化都会对投资产品中不同类型的投资品种带来不同的影响，各类投资理财产品的收益也会随之发生变化，中信银行贵宾理财基金组合N计划的问世，是中信银行贵宾理财秉承“以客户为中心”的经营思路及“智慧创造财富”的理念，为投资人根据不同的个人需求应对变化多端的市场及政策从而及时调整自己的投资组合，充分注重资产配置的合理性与科学性，做到股基、债基等资产的适度搭配，在任何经济环境下，都能显示出长期的稳定的投资回报。

AD



对东莞这个城市，我感到非常自豪



李毓全
东莞市市长

亲爱的读者：

跟全国其他城市比起来，东莞无论是人口结构、行政体系还是经济结构，都有不一样，有很多特殊的地方。

第一，人口多，1000多万人口中，八成是外地人。其次是经济结构，以外资为主，民营占的比例较小。第三，东莞这个城市没有县区的行政体制，我们地级市下面就到一个科级镇，所以管理的压力也比较大。尽管这样，我们整个社会管理还是可以的。中央很多部门对东莞也给予了很大鼓励，2009年我们被评为全国文明城市，全国社会治安综合治理优秀城市。

东莞经济发展的速度，东莞人的生活水平，还有东莞这个城市近几年来规划建设都比过去有了很大的改变

对于东莞这个城市，有一些人讲一些社会问题，我觉得是在所难免，但也没有一些海外媒体讲的那么夸张。比如说酒店，东莞的酒店是很多，因为我们外资企业多，它有这个市场。

另外，东莞是一个组团式的城市，我们市区是四个街道办，是一个大的组团，下面28个镇，是28个小的组团。在东莞这个城市，镇里跟市里，人的生活水平是差不多的，很多人在镇里工作、生活，感到比市区还要潇洒。除了学校的质量没有市区那么有保证，医院没有市区那么大，其他的都差不多。东莞2400多平方公里，所有规划建设项目都是一张网，无论是农村还是市区，它的设计，它的市政设施配套，它的绿化水平、管理都是一样的。这也是一个很有特色的地方。

我是东莞长安人，自然对东莞这个城市有一种特殊的感情。东莞经济发展的速度，东莞人的生活水平，还有东莞这个城市近几年来规划建设都比过去有了很大的改变，坦率讲都给人很多很好的印象。但是除了这些以外，对东莞这个城市，我喜欢的是东莞人的性格。东莞人忠厚，无论从政还是从商，都很忠厚。还有一个特点是勤奋，东莞的发展完全是东莞人一件一件，一手一手做出来的，所以说，东莞人很勤奋。

东莞人大都与人为善，乐于助人。我举两个例子，有一个80多岁的老人，王锦辉，他在香港做生意，现在长期在东莞，光他一个人捐给各个省的希望学校有130多个。还有一个老人，叫坤叔，他一个人不但捐了50个学生的学习费用，还动员小孩一起帮助有爱心的人去组织，去联络，捐助有困难的学生读书，现在这个团队已经发展到1000多个人，捐助的学生有3000多个，像这样的人在东莞是很多的。

此外，东莞人也很有进取心。比如说广东宏远，全国篮球五连冠，就是我们东莞一个村的企业——宏远集团办的。还有，有麦当劳的地方都敢于跟你较真儿的真功夫也是我们东莞的。还有步步高。其实可以看得出来，东莞人在做生意方面，都是雄心万丈。所以对东莞这个城市不管是环境，还是东莞人的思想性格，我感到非常自豪。

东莞这个城市的规划，我们早期没有那么重视，但是2000年之后，大家都有了共识，光有钱没用，城市环境一定要改善，不把这个城市建设好，老百姓有意见，所以现在看到东莞的整个规划建设，都是这十年八年的事。东莞这个城市跟广州、深圳不一样，我们的城市建设不跟广州、深圳比高楼大厦，而是要以环境取胜。

怎样环境取胜？以交通为先，把道路做好。以环保为重，治污，东莞2400多平方公里，镇镇有污水处理厂，这是其他地方很少做到的。再就是以绿为魂，大规模种树。我们100多万亩原来的山头，统统规划设计为森林公园。所以这几个方面上去了，整个生态环境就好很多。

我总感觉到这几年东莞的美誉度一年一年在提高，就是深圳、广州人也很羡慕东莞的绿色环境。

随着经济的发展，也带动了整个社会的发展，尤其是我们东莞的文化体育事业发展非常快。东莞现在在打造图书馆之城、博物馆之城，现在打造的博物馆有几十个，图书馆我们也实行联管制，很有特色。正因为如此，我们把发展文化产业也纳入了新的产业规划当中。近两年我们又办了一个国家级的动漫展，影响力非常好。

李毓全

让每一个张北人生活得更有尊严



李雪荣
张北县县委书记

亲爱的读者：

作为贫困地区的县委书记，站在新十年的路口，回望脚印，有看到百姓笑容的满足，有获得他人赞许的自豪，有面对难题的苦闷和烦恼，有平凡中收获的感动；憧憬未来，我希望解决好“一水、一生态，一高速、一铁路、一机场、一公路，一能源”几件大事，我期待脚下的这片土地有一个化蛹成蝶的华丽转身，我希望生活在这里的人民生活得更美好、更有尊严。

期待有一天，“黄河之水济坝来”张北摆脱“贫水”的困扰。

张北县位于河北省西北部张家口坝上地区，处于内蒙古高原东南部，位于农牧交错带和北方沙漠南侵的前缘地带，自然条件恶劣，高寒、干旱、水资源匮乏，张北位居北京上风上水，是首都的绿色屏障。“一水、一生态”不仅影响制约着坝上地区经济社会可持续发展，而且关系首都北京的环境、关系首都人民的生活健康，发展经济与保护改善生态是本地区面临的两大重要课题。

我期待，“引黄济坝”成为国家战略早日得到实施，黄河水经包头滚滚流到张北安固里淖，坝上地区包括张北人民的生活再也不为缺水而焦虑，坝上地区包括张北人民的发展再也不受贫水问题的困扰，坝上地区包括张北的生态越来越好。首都北京的天更蓝、水更清、草更绿、空气更清新。

期待有一天，“机场铁路上坝来”张北走上“现代”的路子。

我期望，张北通“一铁路”：修建全长50公里的张北到张家口城际铁路与京张城际连为一体，新建“一高速”：京尚高速公路要经尚义到张北延伸到内蒙，现在已有连接南北高速，要新建一条连接东西高速公路形成交叉，借此形成张北“二环”快速路；修“一公路”：坝头东西沿线修一条路，让沿坝景观不再封闭成为旅游景点、沿坝10多万的老百姓走出贫困、走上坦途；还要建“一机场”：加紧建成已审批的4D级民商机场。

期待有一天，“北京人口搬进来”张北成为“乐居”的天堂。

未来，我们将重点在城市转型、跨越上下功夫，着力完善城市空间结构，注重城市特色和文化的营造，通过打造“山进城、水进城、森林进城、草原进城、庄稼进城”城市个性特色、发挥距北京近、夏季凉爽、空气中含负氧离子多等差异性，吸引北京等大城市追求舒适健康、追求时尚品位生活的人到张北居住。

期待有一天，“全县人民富起来”张北摘掉“贫困”的帽子。

张北县现辖18个乡镇、366个行政村、1167个自然村，总人口37.2万人，其中农业人口31.2万人，是国家扶贫开发重点县，目前按新标准计算仍有10万贫困人口。我期望有一天，让张北人民走上共同富裕的道路，过上小康生活。

那时，张北以发展“绿色经济、低碳经济、循环经济”为取向的现代产业体系已经培育形成。旅游服务业、新型能源及设备制造业、有机食品加工业、矿产资源开发和现代物流产业培强壮大，成为强县富民的有力支撑。

那时，张北的农村由传统、闭塞走向富裕、文明。张北的农民从面朝黄土背朝天的艰辛劳作中解放出来，土地向大户、向基地集中；更多的农民从土地的束缚中走出来，进入到农业产业化的各个环节，既当“地主”，又当“工人”，既能靠土地分红，又能打工创收。那时，农村人也过上了和城里人一样的幸福生活。那时，我们的城乡社会保障制度更加完善，真正实现了“老有所终，壮有所用，幼有所长，鳏寡孤独废疾者，皆有所养”，每一个张北人都生活得更幸福、更有尊严。

我愿为种种期许和愿景而奋斗，让梦想在这片热土生根发芽，张北的未来不是梦！我期待着……

李雪荣



太平人寿历史悠久，1929年始创于上海，1956年移师海外专营寿险业务，曾是中国近现代史上实力最强、规模最大、市场份额最多的民族保险企业之一，也是现今中国保险市场上经营时间最长和品牌历史最悠久的中资寿险公司之一。

2001年11月，中国保险（控股）有限公司（2009年6月更名为中国太平保险集团公司，简称“中国太平”）以“太平人寿”名义，全面恢复经营国内人身保险业务。复业后的“太平人寿”是我国第六家全国性寿险公司，目前，公司注册资本金37.3亿元人民币，总部设在上海，已在国内27个省、自治区和直辖市开设34家分公司和700余家三、四级机构，服务网络基本覆盖全国。

复业以来，太平人寿始终坚持以价值为导向，走内涵式发展之路，企业实力和品牌竞争力大幅提升，已经成为中国寿险市场的中坚力量。2007年至2010年，太平人寿连续四年跻身“中国企业500强”和“中国服务业企业500强”。2010年，继连续六年为太平人寿做出BBB+评级后，国际权威评级机构惠誉国际（FITCH）将太平人寿评级由BBB+上调至A-级。

中国太平
CHINA TAIPING

太平人寿保险有限公司
TAIPING LIFE INSURANCE CO., LTD.　总公司地址：上海市浦东新区民生路1399号太平人寿大厦（200135）　全国服务热线：95589　电话：021-50614888　传真：021-68544257　网址：www.tplife.com

原来可以这样做公民

亲爱的读者：

去年，因为政府拟在广州番禺地区、我家附近建垃圾焚烧发电厂，我与本地居民一道加入了反垃圾焚烧的维权活动。期间种种经历，让我对政府与民众之间如何良性沟通的问题深有体会。自此以后我一直有愿望，希望在具体事件中找到方法，让政府听到及回应民众的呼声。有人说，单凭个人不能做出什么。而回顾这一年的经历，我坚信，在日益开明的政府面前，总能找到办法与之沟通。而且，只有越来越多的人关心政府各项政策的制定和实施，施政透明化才成为可能。今年以来，我积极观察和参与，关心公共事件的发展慢慢变成我的乐趣。

我们之所以批评广州是因为我们深爱着这座城市；我们之所以批评政府是因为我们对政府还抱有希望

我想举今年参加过的“垃圾分类”和“保卫粤语”两件事为例。

经过去年的努力，番禺的垃圾焚烧发电厂项目暂停了，但垃圾围城问题仍然困扰这个城市。找到积极的方式科学处理垃圾，应成为公民尝试去做的事情。3 月开始，番禺业主们在各自的小区里自发进行了“绿色家庭”垃圾分类活动，制作分类指南，一边学习一边实践。

然而，除了自发参与，业主们意识到要整个城市科学处理有害垃圾，必须有政府的发力。4 月 23 日，又一个广州市城管委的接访日。与以往不同，我们给城管局送上了礼物——六袋有害垃圾。随后，我持续跟踪和记录这六袋垃圾的去向，希望督促政府尽快拿出行之有效的垃圾分类回收办法。

可惜，城管委最终还是因为无法处理有害垃圾而决定将其封存。5 月 24 号的接访日，我们给城管委送去了一个挂钟，对方接受的时候挂钟刚好走到十点一刻，预示着广州市 2000 年 4 月成为全国垃圾分类试点城市已经过去了十年零一个月，时间在走，没有多少时间能浪费了。

媒体点评，我们做了类似行为艺术的举动。事实上，我们本意只是想知道做了 10 年分类试点的广州有没有相应的分类收集运输处理有害垃圾的程序和制度。

另外值得记录一笔的是 7 月份的保卫粤语事件。7 月初，不顾面对高达 9 成人反对的民意，广州市政协委员提出议案，建议广州电视台将粤语播音改为普通话。

7 月 25 日广州市江南西，几千人自发“路过”来力撑粤语，我静静地站在一角目睹这又一起无组织、有纪律的事件，目睹了连日来广州年轻人对粤语及广州传统文化的热情集中爆发。

粤语事件的导火索，引发了我对广州近年来急于发展而忽略保护传统等做法的情感。几乎是一气呵成，不擅写作的我写了 3000 字的文章——《广州能否放慢脚步，等待灵魂跟上来》。当地媒体刊登后，引发了众多讨论。我想，思考广州本地已经形成思潮，只是我刚好表达了出来。

就是这样，广州公民在今年广州发生的一些公共事件当中作出了表态。有些看似“行为艺术”，有些可能只是在微博上发表评论，效果也许微不足道，但只要争取发声，用建设性的态度发声，事情总会一点点地往好的方向转变。

事实也是如此。今年是广州亚运年，密集的政府工程造成民众生活不便，对政府的批评声也较多地出现。可喜的一点是，政府大多及时给予了回应和积极处理。例如“口罩男”质疑花基更换花岗岩的造价，例如钟吉章老先生对地铁三号线延长线质检数据造假一事的举报，等等。

随着越来越多地关注公共事件，我清楚，广州公民越来越公开地争取权益，其实反映了政府的开明与务实。因为广州市政府告诉了我们，政府会尊重和倾听大家的合法诉求。在广州，你不会因为信访而给人抓到黑监狱；在广州，市长书记可以因民众的批评而道歉；在广州，你不会因为反对亚运工程和揭发造假而给人调查和攻击；在广州，只要是实情，你可以当场骂书记而不会给人轰出去；在广州，为了维护公民的契约权益，政府可以让亚运盛会的接待让步于婚宴；几起的群体性事件中，警察告诉了我们，只要大家理性表达诉求，他们只是在外围维持秩序，不会过多干预，因此这几次群体性事件基本都是和平散场，冲突最小。广州公民们也在告诉官员们，你们承认错误并道歉会得到我们的尊敬；同时告诉政府，只要给予我们尊重和希望，我们可以很理性地表达意见；告诉政府，务实开明尊重事实的政府才会得到我们的尊重；我们之所以批评广州是因为我们深爱着这座城市；我们之所以批评政府是因为我们对政府还抱有希望。

我越发体会到，正是因为有开明的政府、包容务实的领导、敢言的媒体、文明的警察，才能有空间，让市民逐渐学做一名理性、客观、敢于批评监督和提建设性建议的现代公民。在广州，原来可以这样做公民。

2010 年，我知道了群体性事件的多少和参与群众的人数成为官员问责的指标，可是这往往又成为各级官员掩盖群体性事件真相、阻碍媒体报道的动力，从而加深社会矛盾的激化。2011 年，我有一个梦想，梦想真相不会被掩盖，媒体采访不再受干扰。

2011 年，我有一个梦想，梦想中央更审慎对待垃圾焚烧技术，把垃圾处理的目光放到源头减量等前端措施上，梦想全国切实开展全民垃圾减量，分类回收。

2011 年，我有一个梦想，梦想中央在推广普通话教育时，更加关注地方语言及文化在孩子们中传承，能接受英语等外国语进入校园的同时，是否也应该为自己的语言留一条生路？

2011 年，对于广州，我有更高的期待，期待政府更开明，更务实，政府与公民互动可以常态化，制度化，更重要的是可以把公民的合理建议落到实处；期待舆论监督更自由，期待政府公共事务管理更透明，更公平；更期待岭南文化可以早日进入学校课堂。

2011 年，我有很多梦想，有更多的期待。

巴索风云



巴索风云

网民。因为参与了去年轰动一时的反对广州番禺垃圾焚烧项目的活动，而成为了网络上的风云人物。

我感觉幸福的同时，也觉得压力很大

亲爱的读者：

2010 年是重庆的又一个腾飞年。作为一个普通平凡的老百姓，我也在社会发展的洪流中滚动着。我不嫉妒富裕起来的人，但我同每一个普通人一样羡慕他们优越的条件，希望自己能过得更好。

我和丈夫都是来自农村的进城打工者。经过了无数磨难和艰辛努力，终于有了属于自己的小蜗居，我感觉幸福的同时，也觉得压力很大，很迷茫。

我和丈夫文化程度都不高，只能从事社会地位不高的工作。工作内容并不复杂，但很单调、枯燥。作为服务员我必须对每一位客户笑脸相迎，因为这是我的工作，这能保证我和我家庭生活的前进方向。非常抱歉，我文化少让我无法告诉你们更多的东西，只能从自己的生活方面考虑——努力工作，做好我能做的，才能保证我的生活朝好的方向发展。很多人说要为集体、为国家做出自己的贡献，但我相信做好我能做的事情肯定也能对社会有所贡献，因为我只是这个洪流中的一滴水滴。

随着物价的上涨，我也明显感觉到生活压力在加重，生活开支明显加大。现在我们住房贷款每月 1300 元、赡养父母每月 300 元、儿子生活教育每月 500 元、家庭日常消费每月 1300 元，可能还不够，只能缩小日常开支。虽然公司有养老保险，但还是必须存一小部分钱以作不时之需，同时还要积攒儿子将来的读书费。我和老公的薪水加起来，基本能应付这些开销，但不能承受任何变故。

作为女人我期望能时常穿好看的新衣服；作为女儿我希望把父母照顾得更好

作为女人我期望能时常穿好看的新衣服；作为女儿我希望把父母照顾得更好；作为妻子我希望老公不要太辛苦；作为母亲我希望儿子有出息，幸福快乐地成长，所以我必须更加努力。

对于未来，我虽然不懂得国家层面的东西，但我切身体会到了重庆的发展壮大，我相信我的生活能过得更加美好。希望能有更多的学习机会以提高自己；希望通过自己的努力能被更多的人认可；希望我的服务让更多的人感觉舒适；希望通过自己的努力有更多收入可以支配，能为父母和儿子多添置些东西；希望儿子上大学以后，作为后盾的我们能多给点帮助；希望周围的人在重庆发展的势头下，都过得更轻松愉快；希望自己将来能有条件成为帮助别人的人。

赵继琼



赵继琼

重庆百事达汽车销售公司工作人员，重庆户改“农转非”首批受益者之一

看得见的成就 看不见的努力

——招商银行信用卡以服务创造品牌价值

当前，企业在参与越来越激烈的市场竞争过程中，已经由传统的产品竞争，转为服务的竞争。服务不再是单纯的产品支持和企业的成本中心，而是深入到企业战略内核、成为企业“品牌力”中不可或缺的一块拼图。服务，正在从企业价值链的后台，走向营销战场的第一线。如今中国金融业，尤其是信用卡产业的发展也不例外。

说到中国的信用卡，就不能不提招商银行。自 2002 年 12 月开始，8 年来，它不断刷新着人们对中国信用卡的各种定义：中国第一张国际标准信用卡、第一张 Mini 卡、第一张航空卡；首先推出免息分期付款、首创信用卡网上商城、最早承诺信用卡积分永久有效；率先推出提升用卡安全品质的“五重安全保障”和价低质优的综合性旅行“非常旅游”系列；国内第一家“五星级客户服务中心”、国内第一个将公益事业与企业经营无缝对接的“信用卡慈善平台”……每一次创新都是一个业界的标杆，招商银行信用卡被业内专家誉为国际信用卡发展史上的一个奇迹，并凭借卓越的信用卡拓展和经营战略多次入选“哈佛大学商学院 MBA 教学案例”。

究竟是什么令招商银行信用卡能始终保持这种旺盛的发展势头？广大普通消费者给出的答案只有三个字--服务好。可怎么做才能服务好？在这个高度概括的词语背后，招商银行信用卡做了哪些努力？

愉悦，安心的支付体验

信用卡，首先是一种支付工具，但随着现代人生活方式的改变，其支付的内涵和外延不断扩展。继承招商银行母品牌“因您而变”的经营理念，招行信用卡中心始终将提升持卡人用卡体验作为关键点，而一切都是从了解开始的。

通过调研了解到“用卡的方便和安全”是持卡人刷卡时最看重的，所以招商银行信用卡便以“高效安全”为出发点，设计了一系列保障措施。“五年前我第一次去东京，在便利店刷卡买了东西就收到了提醒短信，还接到了招行信用卡客服打来的电话，问我当时是不是在日本，虽然什么问题都没发生，但让我感觉很踏实。”王小姐的经历正是招行信用卡全球最先进的 IT 支持系统发挥作用的例证。统计显示，招行信用卡持卡人目前在全球仅有 19 个国家和地区没有刷卡交易记录，所以时时的客户交易保障体系就是招行信用卡满足客户全球化刷卡消费需求的根本。另一方面，当个别持卡人发生短期大额消费的需求时，为客户交易提供支持的操作管理和智能额度体系，能通过临时额度调整，轻松化解持卡人的燃眉之急，而这一切只需通过 400 电话即可完成。方便用卡当然也包括方便了解账户信息，通过招行信用卡电子账单，持卡人在申请后就能更及时安全地了解自己当月的消费情况，还能轻松查询 12 个月内的账单情况，同时也可为绿色环保出一点力。实际上，信用卡在现代生活的使用中是包罗万象的，为了让持卡人能随时随地安心用卡，分布在上海、成都、武汉的招行信用卡三地客服，365 天 24 小时随时待命，准备解答持卡人的各种用卡问题。

以持卡人利益为原点，招商银行信用卡一直专注于提升服务品质，通过“便捷、高效、安全、有趣”的产品和服务为持卡人的生活锦上添花，更为他们提供雪中送炭的帮助。这种不断优化的支付体验获得了持卡人的广泛认同，招商银行信用卡已连续 6 年上榜胡润百富“最受青睐的银行信用卡”，权威调查机构尼尔森研究报告（2009 年度）显示，招商银行信用卡已成为最受中国消费者喜欢和最经常使用的信用卡品牌。

贴心，专业的消费金融

相比最初替代了中国人钱包中现金的那张信用卡，如今的信用卡已渗透到人们消费生活的方方面面，这种进化源自广大持卡人的实际需求。作为一个现代都市人，从毕业、就业，到恋爱、结婚，再到生子、养老，各个人生关键阶段都有着不同的消费重点，装修、买车、旅游等消费对大多数人而言都是笔不小的开支，但这些需求往往难以从传统的信贷业务中找到便利的解决方法。

为了满足中国都市主力消费人群资金临时周转、日常消费和一次性的大额支付的需求，招商银行创新地开发了信用卡小额信贷消费，并以 2003 年首创邮购分期业务为起点，从简化手续、拓展应用领域和降低费用的角度出发，为中国消费者构建了一个个人消费信贷平台，有效解决了持卡人的许多实际问题。“大学毕业后我留在了北京，在报社当记者，那时候真是一穷二白，还好用招行信用卡分期买了一台笔记本电脑，让我的工作顺利起步。”类似张先生这样受益于招行信用卡消费信贷业务的持卡人非常多，8 年来已有 8 种分期业务陆续上线，比如针对诸多日常消费品的“邮购分期”和“商场分期”，针对家装家居、汽车等大额消费产品的“家装易”和“车购易”，还有基于个人账单金额本身的账单分期和更加便捷的电话预借现金业务。便捷的手续申请、灵活的使用方式、实惠的免息分期，贴心而专业的消费金融产品设计不但满足了客户消费的人生阶段性，也满足了他们同一阶段的消费多样性。

“因需而生”的招商银行信用卡消费信贷平台，在为客户提供贴心金融服务的过程中，促进了内需也取得了同质化的突破，更为中国的信用卡发展实践出了一条有益经验——改变国内信用卡的传统盈利模式，“持续以差异化的产品、优质的客户服务和严格的风险管理为客户创造价值，并以此吸引和维系良好的客户关系，在拥有这些资源与客户关系之后，更重要的是如何构建一个适合中国市场的盈利模式。”招商银行信用卡中心总经理刘加隆如是说。从持卡人的需求出发，提供他们想要的业务和服务，这是招商银行信用卡为中国信用卡的良性发展提供的一个范例。

领先，多元的营销平台

截至 2010 年 3 月底，中国信用卡发卡量已达到 1.93 亿张，排名前三的信用卡品牌占据了近七成的市场份额。然而，对于国内信用卡赛场上的各路竞争者而言，起跑的方向和时机往往比起跑的速度更加重要，因为规模只能说明“大”，却并不意味着“好”。为了能够给客户提供更优质的服务，招商银行在主动放缓信用卡发卡数量的步伐之后，又一次“反越位”地率先开始精耕细作，并渐渐找到了将客户进一步细分和为他们提供有针对性的增值服务的方法。

高端族群一直是对增值服务有着更个性化需求的群体，而他们也往往是对体验更重视的人群。“因为工作太忙，招行白金信用卡一年一次的免费体检我从没用过。今年预订还是因为妈妈要做体检的关系，到了医院才发觉招行的安排真是周到啊，我们俩一人一个专门助理，不但体检过程不用操心，连我停车之类的事也都帮忙办了，真是太省心了！”金先生享受的这种“专属服务”其实是招行高端信用卡增值服务的一个缩影。根据高端族群特定的工作生活状态，招商银行在基础的商旅、康护、高尔夫之外，还安排了丰富的名品专卖和艺术鉴赏活动，更有为其家庭旅行需求而特别规划的，目的地包括南北极和英澳名校在内的“深度主题游”等。而通过进线电话就能认出持卡人的高端客服，还能为持卡人提供一些量身定制的服务。

统计显示，招行信用卡持卡人每年在机票和酒店方面的交易额超过整体的 10%，针对如此广泛的商旅族群，招商银行既有 80% 世界五百强公司选择的美国运通商务卡，也有针对个人的航空、酒店联名卡可供选择。另一方面，招行信用卡从 2004 年起推出的“非常旅游”系列服务，则满足了相当部分持卡人的私人旅行需求，它以一种全新的整合了多种资源的一站式旅游服务方式，吸引广大持卡人将其作为年度出游的首选。与此同时，专注于精耕细作的招行信用卡还针对女性族群和年轻族群，推出了一系列个性鲜明的产品和营销活动，让一张信用卡为客户解决繁琐的手续和后顾之忧，畅享生活乐趣。

营销大师菲利普·科特勒曾对服务做过很多论述，他认为其实根本不存在“产品”，客户唯一为之付钱的，是体验。优化客户体验，就需要以客户为中心整合各个业务流程，而服务，无疑是诸多业务流程中，离客户最近的一个。招商银行信用卡在“服务好”上下的功夫足见其用心良苦。通过对市场环境、消费者行为和需求的大量调研分析及模型建立，招行信用卡令差异化客群经营得以实现，从深入挖掘“小众”人群生活形态的产品，到针对不同行为偏好开展的主题营销活动，再到开发各种创新型支付功能，招商银行信用卡的各种产品、功能和活动真正做到了投持卡人所好，而创新的多元化信用卡营销平台也在一次次细致入微的深入洞察中诞生。

8 年来，招行信用卡发展及其产生的品牌效应，已经让招行迅速占有最初的市场和一大批优质客户资源。招行信用卡借着更出色的管理，不断进行着产品创新和服务创新，而这又是最终维系客户忠诚度的重要基础。在招行看来，客户选择一张卡片是对该银行的文化认同、偏爱与信任，这种因产品和服务所产生的强大品牌忠诚度，正是招行信用卡努力的方向。“服务好”的评价是靠广大持卡人愉悦的使用体验支撑的，而“愉悦”的背后就是招商银行信用卡对品质的极致追求。

从“最早将国际智慧引进中国市场”到“最早走向区域化经营的战略转型”，从“快速累积对中国市场的深刻理解”到“快速推进全面精细的客户经营”，可以说，招商银行一直是中国内地信用卡市场经营的领跑者，8 年间，它带动了这个产业的不断发展，而其发展策略的转变和未来发展的趋势也将继续引领行业对市场认知的转变。“做中国最好的支付体验提供商，做中国最好的消费金融专家，做中国领先的多元化营销平台”，这就是招商银行信用卡的发展愿景。

AD



谢朝平
作家、媒体人。因为自费出版反映三门峡移民款被挪用的报告文学《大迁徙》,谢朝平被渭南警方以“涉嫌非法售书”为由抓走,蹲了 30 天看守所

别再用手铐“管教”舆论监督

亲爱的读者:

虎年的夏天,新闻记者和作家运交华盖——通缉令、手铐、监狱、拳头伴着 11 个记者、作家度过了 2010 年这个凶险的多事之夏:

7 月 27 日,《经济观察报》记者仇子明被浙江丽水遂昌县公安局通缉。

7 月 29 日,《华夏时报》驻深圳女记者陈小瑛被殴打。

7 月 30 日,霸王集团员工怒砸《每日经济新闻》报社办公区。

8 月 1 日,北京电视台记者周广甫被郭德纲的弟子李鹤彪殴打。

8 月 19 日,我被陕西渭南警方以涉嫌非法经营罪从北京家中带走,刑事拘留一月后取保后审。

8 月 28 日,伊春警察拘留四名采访空难的记者。

9 月 26 日,就在我走出看守所的一个星期后,东莞市的警察又将写小说的袁磊抓进了看守所 ……

同两年前被辽宁西丰县警察进京想抓捕的女记者朱文娜比,我们遭遇的厄运更加不幸——那年,还只是有人想抓记者而没有人要抓作家;那年,还只有一个朱文娜被警察想抓而没有抓成;那次,派警察“进京拘传记者”的那个县委书记张志国被铁岭市委责令引咎辞职并写检讨还到朱文娜供职的报社道歉。可今年这个夏天,官员、警察要抓的对象已由记者扩大到作家;被警察抓捕的记者已由那年的一个变成了今年的 7 个;十多个倒霉的记者、作家遭警察和社会“精英”们拘留、关押、殴打后,没有人道歉,没有赔偿,更没有人因我们的厄运引咎辞职。

除了民众和媒体的声援呐喊,我们没有看到法制和社会到底给铁肩担道义的新闻工作者提供了什么样的法律和道德支持,相反,“法治”的形式使我们不明不白地成了现代文明旗帜之下焚书坑儒的“冤魂”!

有人愤怒地评论:批评者被抓,这不是一个人的悲哀,是一个国家的悲哀,一个制度的悲哀,更是一个社会的悲哀!

一个 54 岁下岗工人更是语出惊人:“对待知识分子的态度标志着一个民族的文明程度,而对待工人农民的态度则可考验这个民族的良心。”

面对国内法制的现状,我只能说:对于那些不受约束的政府官员,没有良心的权力是可耻的;对于广大平民百姓,没有权力的良心是软弱的。

知足吧,同湖北武汉黄陂区强拆时在警察眼皮下被活埋的那位七十岁的老人比;同陕西安康市汉滨民警将 17 位村民反剪双手示众的情形比;同渭南市富平县政府组织万人大会“公开处理”的那两名上访村民比;同贵州关岭县坡贡镇被警察打死的那两个农民比;同江西宜黄县“9·10”拆迁事件中自焚的人比,政府官员和警察对我们已是手下留情了,他们虽然以莫须有的罪名将我们抓进了监狱,但终究没有让我们在监狱里“躲猫猫死”、“做梦死”、“喝开水死”、“心跳死”、“激动死”、“摔跤死”……

能从警察的手中活下来,我们已经够幸运了。

中国人常说,舆论监督是社会进步的助推器。

我们也认同,舆论监督是遏制政府滥用权力,人民给政府提意见的一种手段。据国际反腐败组织“透明国际”的调查,反腐败最重要的、排在第一位的是新闻舆论的监督。美国还有一条规则——除非能证明媒体存在着实际的恶意,否则对官员等公众人物的报道即使不正确,也免受司法追究。正因为西方通过自主的新闻监督,官员没有拒绝、抗拒监督的特权,这些国家的权力才能在阳光下运行,贪腐等问题也才能有效减少。

国外新闻监督促进官场清廉的例子比比皆是:由于新闻监督,韩国副总理李基俊因涉嫌在担任首尔大学校长时浪费办公经费而辞职;副总理金秉准因担任大学教授期间论文一稿两投而辞职;北欧国家官员的吃喝菜单一律上网,接受民主监督,一位高官因为吃喝多上了一道鹅肝而丢官;在发达国家,对公车控制十分严,如芬兰全国只有总统等 5 个人配公车;意大利一个城市的市长与夫人开公车到 800 公里外办了一件私事,被判刑 6 个月;德国前总理施罗德没有白头发,有报纸说他染了发,于是舆论大哗:总理原来是个弄虚作假的人!施罗德最后证实了自己没有染发,才平息了风波;英国前首相布莱尔 2001 年受埃及政府的邀请前去度假,花了埃及纳税人的钱,报纸披露后舆论大哗,布莱尔只好给埃及的慈善机构捐款以弥补自己的过失……

这些案例,在中国有如天方夜谭一样“怪异”和不可思议。在我们的社会语境中,新闻监督常常会成为个别官员眼中危险的叙事——对于习惯于一手遮天的权贵们来说,舆论监督总是会让他们心生不快;对于有不法行径又想将民意玩弄于股掌之间的个别官员来说,舆论监督常常使他们恼羞成怒。因此,他们总是大胆地滥用公权,以“维稳”的借口和“执法”的名义予以“和谐”。

在一些官员“和谐”媒体的背后,总有人以同样冠冕堂皇的理由予以支持配合,对那些伤天害理,侵害百姓利益的事,有人要求和上面保持报道的“一致”,要求宣传口径的统一,要求使用通稿。谁违背这些“原则”,权力这个终极的春药就会以法治的名义“治哑”他的声音,然后,任由那些违法乱纪的权贵们把法律、公平、正义、良心和帮百姓说话的记者连同那些“举报者”统统踩在脚下,再趾高气扬地突破我们这个社会所能承受的底线——

国外也抓舆论监督的记者。

德国著名记者瓦尔拉夫,采取伪造身份证、驾驶证、保险证,甚至伪造人种等方式进行社会调查。在欧洲,这些行为都是非常严重的违法,瓦尔拉夫一审败诉,二审法院在他违法认定的情况下认为:相对于瓦尔拉夫本人维护的公共利益的价值而言,相对于他维护大多数公民权利总的利益而言,相对于社会总的价值观而言,他的违法是微不足道的。

在西方,一个新闻行为的罪与非罪,是和社会整个利益冲突之间进行的一个衡量。

在中国,一次舆论监督的罪与非罪,是以触痛某个权力者“软肋”的程度来考量。

中国的记者格外不幸,因为我们遭遇到的是任性而绝对的权力,是不受约束且面对舆论监督骄横跋扈的权力。

无数事实也表明:中国经济进一步发展障碍大多来自于政府权力不恰当的运用——舆论紧盯不放的乱占土地、违法强拆、侵占百姓利益等个案几乎天天充满报刊的版面。形形色色侵害百姓利益的案件使人非常惊诧的是公权力保护公民财产的苍白无力,甚至有时公权还直接冲到暴力拆迁的一线。

> ***没有良心的权力是可耻的;对于广大平民百姓,没有权力的良心是软弱的***

——江苏省宿迁市的王马玲因不堪拆迁的骚扰与折磨,在报警仍无济于事的情况下砍死了拆迁者;安徽某市那位扬言就是不当市长也要把村民的房屋荡平的市长被村民追得落荒而逃;武汉洪山区土库村村民童贻鸿向强拆人员投掷砖头,“犯案”后他不在武汉投案,而是乘飞机赴京向北京警方“自首”……

当法律和政府部门不能在公民需要时给予保护时,法律和政府不但难以得到公民的敬畏和认可,地方司法和政府还会陷入无法挽回的信任危机。

这种现状告诉我们:执政党需要对政府权力进行必要的规训。

对政府权力的规训,实际上就是将其变成一种制度化的力量,而不是由掌权者将其随意变成自己的把玩之物。制度化权力意味着没有脱离责任而存在的权力,要将权力建立在责任基础之上,权力者要对自己的每一个行为负责。因此,明确的责任以及相应的追究责任机制就是不可或缺的,同时,将官员的任用置于民众的意愿之中,面临“乌纱帽”可能被摘的风险,掌权者的骄横,权力滥用等等政治怪胎自然就会消失。

有位教授曾说:我们这个社会哪里都可以有不公平,惟独执法者不能不公平,哪里都可能产生暴力,但执法者不能有暴力;哪里都可能产生违法,惟独执法者不能违法,因为执法者扮演的角色就是消除违法,制止暴力,恢复公平正义。

是执法者,就应当有其基本的法律信仰和正义守持。

德国的柏林墙倒塌前,守墙卫兵因格·亨里奇因射杀一位企图翻墙而过的东德青年而在 1992 年 2 月受到了审判。亨里奇和律师都辩称卫兵的行为仅仅是执行命令,别无选择,罪不在己。然而,法官西奥多·赛德尔却认为:“作为警察,不执行上级命令是有罪的,但打不准是无罪的。作为一个心智健全的人,此时此刻,你有把枪口抬高一厘米的主权,这是你应主动承担的良心义务。这个世界,在法律之外还有‘良知’。当法律和良知冲突之时,良知是最高的行为准则,而不是法律。尊重生命,是一个放之四海而皆准的原则。”最终,卫兵亨里奇因蓄意射杀被判处三年半徒刑,且不予假释。

亨里奇案作为“最高良知准则”的案例早已广为传扬。“抬高一厘米”的主权成了人类面对恶政时应主动承担的良心义务。任何人都不能以服从命令为借口而超越一定的道德伦理底线。

对那些在抓记者抓无辜群众的公安而言,也同样不能以服从命令为借口超越法治和伦理的底线……

再过几天就是新年了,站在新年的门槛上,我祈祷:在新的一年里,期盼温家宝总理“要创造条件让人民监督、批评政府”的承诺能够兑现,期盼党和政府能以开放的姿态、宽松的环境和宽容的态度对待、接纳百姓的批评与舆论的监督;期待在新的一年里,权贵和警察们充分尊重记者的表达权,不要再用手铐“管教”记者;期盼新的一年里不要再有拆迁户自焚;期望所有的执法者在遇到“以权压法”时,能保住自己一厘米的主权。

谢朝平



BMW之悦。创新设计,激悦动感。

以无限动感惊鸿于时代,让灵感创新驱动未来。我们赋予科技情感,引领设计美学;将未来科技超前运用于现在,融赛道基因于每一款经典座驾,和更多的人一起悦享BMW的纯粹驾驶乐趣。
更多信息,请致电400-800-6666,或登陆www.bmw.com.cn

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放,更多驾驶乐趣。

看好你的钱袋子,好好生存

致中国的中产者:

我一直搞不清楚,自己算是哪个阶层的。无产?十几年前是,眼下不算。资产?不像,最多小资产阶层,可小资经常指的是穷酸知识分子那一族。中产?没有财产数额的定义,也没有头衔的说明。我只知道,我还过着必须每天辛勤工作的日子,也过着不愁衣食住行,有事业有尊严,不需要仰人鼻息的生活,每年两次海外度假,几辆车几套房子,现金不算太多,但肯定在普通消费水准之上够花,幸福指数应该是偏高的那种。

我向中产阶层发出最真诚的新年祝愿:祝大家能好好生存,因为我们是国家未来的脊梁!

姑且算自己就是中产阶层的一员吧。

中产之上的阶层,财富占有的比重固然大,但人群数量太少,话语权虽重,但与大众的断层太宽。低收入阶层,人数虽众,但思想不足,地位过低,则话语权也太低,更多的时候是先进思想的追随者和执行者,而无法成为社会的主导推动力量。

真正推动社会进步的,是中产阶层。

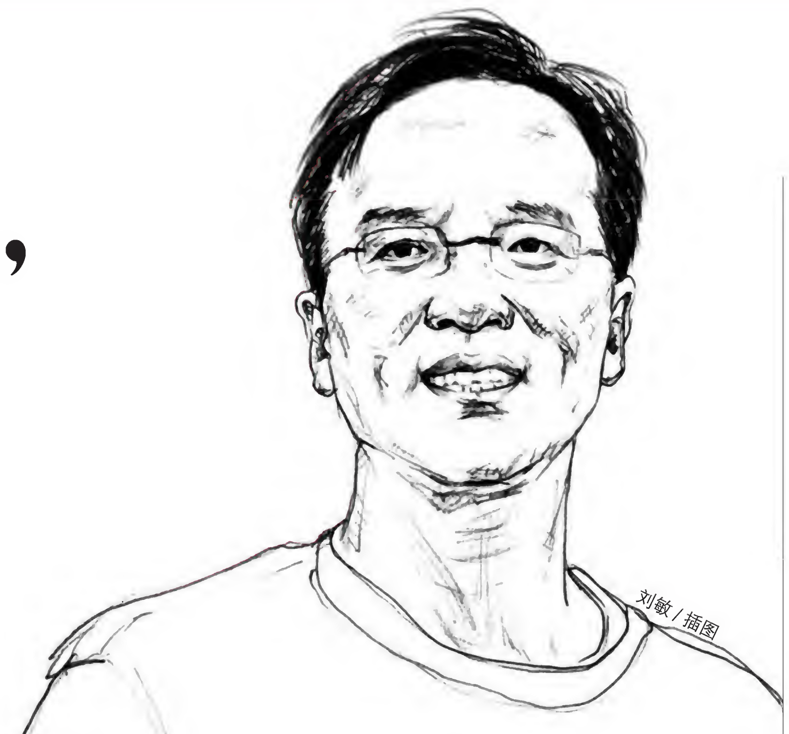
因为有一定的财力,能有机会接受比较好的教育;因为有思想,又有执行力,因此对国家社会的进步有推动作用;因为不是富人阶层,所以还有向上流动的动力,有必须努力的勤奋。当聪明与勤奋结合,思想与行动接轨,人的能量就会发挥到高水准。中产阶层,人数不寡,思想、价值观、利益,都容易共振,社会话语权也很重。

作为中产阶层的一员,我向同类在新的一年发出最真诚的祝愿:祝大家能好好生存,因为我们是国家未来的脊梁!

2012年是否是世界末日我无从预测,但2011年是经济混乱动荡之年,我已经能够凭鼻子嗅到很多不祥的气息。

在市面上横溢泛滥着的钱太多了,我们要为2009年的救市行为买单,接受新的经济混乱和新的价格体系秩序重建过程;百姓存在手里的钱不知道该往哪里放,存银行贬值,放股市缩水,买黄金震荡,买楼怕泡沫破裂,买农产品没地方存储,买矿山远远不够,放在哪里都不安心;实体经济在未来将遭受巨大冲击,汇率的升值正在打击中国的出口,高企的内债打击着政府的基础建设投资,房地产商通过房奴一族的月供,严重透支了未来的社会消费能力,国家经济所依赖的"三驾马车"已经全线遇挫;虚拟经济也将接受海外热钱的挑战,因为收拢货币不得不采取的加息动作,以及人民币的被迫长期升值,给海外热钱建立了强大的流入理由,进入股市和其他金融市场,你或许将直接与索罗斯进行智力肉搏;物价,已经在接受从产业链最上游——资源、大宗商品、生产资料级别的涨价,中间环节——运输、电力能源、人力成本的挑战,下游——消费者购买力的透支,和几年来物质过度积累以及严重通货膨胀之后,人民消费愿望的缩水。

忘不了改革开放之后,中国经济的第一次泡沫破裂。2008年的熊市,将新中国的第一代中产阶级消灭了很大一部分,很多人的家庭资产缩水到腰斩以下,因为股市暴跌,人民的消费愿望极度萎缩,副作用在一年之后传到实体经济,结果是江浙广东数以万计的企业破产。



邱柯
股民,中产者。红极一时的歌曲《股民老张》的作者加主人翁

眼下的楼市泡沫,股市泡沫都不小,国内的经济,因货币泛滥构成虚胖,这种数字上的假繁荣,与打激素催出来的肥胖一样的不健康。未来的风险将从何处爆发,以何种方式伤害到我们,我无从预知,但我能知道的是,为经济灾难最终买单的大都是中产者。

过去几年的宏观经济运行,是以透支未来换取眼下数字的安全。经济学家用两个P绑架了宏观经济的决策层的思维。GDP代表就业率,CPI代表物价通胀水平,也就是穷人的生存状况。但眼下,靠发货币解救的GDP,引发了严重的CPI暴涨,本身构成了经济体系的混乱。我们那些充斥着好大喜功管理文化的GDP数字,背后是能源消耗透支,代价是拉闸限电;我们成为全球第一货币存量大国,货币发行总量透支,代价是正在越演越烈的物价体系的混乱和连锁失控,以及由此引发的民怨;同样为了各地政府的GDP考核,房地产发展透支,代价是土地资源被侵蚀、粮食安全受到威胁、未来的人民消费能力降低,以及一代年轻人绝望构成的社会凝聚力的降低;政府投资力度透支,代价是地方债务高企、银行坏账剧增以及金融秩序甚至安全受到威胁、过多的铁路公路基础设施建设投资、占用着海量的耕地,并推动着钢铁、水泥等行业的产能不合理膨胀;北京的汽车销售量透支,1800万北京市民用每天路上多花一小时的代价,只为一任管理者一张好看的税收报表买单。而这一任管理者,同样也透支了下一任北京市长靠过度卖车拉动GDP的机会,因为他已经没有土地面积修更多的路了,除非他忍心让市民再忍受更严重的堵车和更高的堵车尾气造成的碳排放超标。

有透支未来的行为,就有修养生息,欠债还钱的需求。别让美丽的经济数据和通胀预期冲昏了头,准备度过一段冬天的时光吧!

因为我们中产阶级是国家的脊梁,所以不能再被消灭一次。中产阶级被消灭的方式,通常都是资产泡沫的催生和破裂的结果。楼市泡沫,对于未来的中产阶级已经没有影响了,该买房的都买了,只能是由他去的态度对待,但股市泡沫,能来去匆匆,杀伤力也最大。

这个国家还需要我们,下一任政府还需要我们,子孙后代更需要我们,所以,2011年,我们要做的最重要的事情是,看好你的钱袋子,好好生存!

邱柯

社会变革应是渐进式前进

亲爱的读者:

这30年最大的一个改变就是:30年前如果我说现在说的这些话,可以被枪毙;但现在不仅没被枪毙,还让你继续说,说明这个社会已经翻了一个天。

其实我们这儿(建川博物馆)代表了中国改革开放的开放度,可以说是代表了一条最高红线——也就是说到了官方允许的底线,是黄灯,再往前走就是红灯了。

现在的政治气候算是好的,我觉得自己的理想就像孩子,生下来就回不去了,离开母体,就回不到子宫里面去了。只能慢慢长,会生病,会跌倒,甚至会瘫痪,但肯定会长大。社会也是一样,是倒退不回去的。30年来这个社会每年都在前进,有时候走两步退一步,有时候走三步退两步,但始终在前进。

我这一路走过来,其实也不算难。中国人都难,大家要有耐心,不能操之过急。

我讨厌那种把话说得很高,但是又不去做事的人。如果每个人都在做,社会就会一点点往前进,社会的发展不可能一步到位。

30年来这个社会每年都在前进,有时候走两步退一步,有时候走三步退两步,但始终在前进

100年前,谁知道不能随地吐痰呢?没人知道,中国人都不知道;谁知道不能随地大小便呢?每个县城都随地大小便,街上站在墙角拉了就是;谁知道行人要靠右走呢?谁知道维生素呢?现在都知道了。

这100年的进步可能超过了以前2000年的进步,所以我们不能急,就是要一步一步地走。再有30年,那就是再翻一个天了。

未来30年,跟此前的30年一样,变化会非常之大,是我们无法预测的未来,你很难去评价。

我们认准的道路肯定是普世价值观的普及、人民受教育程度的提高、公民意识的觉醒,环境、民主、法制、政府行为的改善。

我们也要用耐心对待这个社会依然存在的一些压制,历史肯定会翻页的。

跟资本主义国家相比,他们的工业革命比我们要早100年.我们的步子是要快一点,但无论如何快,也不可能把人家100年的历史,用5年的时间走完。公民意识需要花足够多的时间去培养,需要两代人甚至三代人去培育。

不当家不知柴米贵。一个政权,它要考虑稳定,不能乱,乱了老百姓就没办法生活。我主张社会的变革,应该是渐进式的、和平式的前进,而不是以流血为代价。

樊建川



樊建川
建川博物馆聚落创始人。建川博物馆聚落位于四川大邑,以独立的视角观望历史





宋东兴 / 插图

王帅

上海白领。因在网上发帖，举报家乡河南省灵宝市政府违法征地，被灵宝警方跨省抓走拘留了 8 天

“傻傻”地活着

亲爱的读者：

今年 11 月的一天，我去一所大学食堂蹭饭，迎面看到三个大学生。他们正背着吉他走在大街上，那种得意洋洋的神态让我不由地想起我上铺的兄弟。大学时，他的梦想是成为流浪歌手。一个从来没经历过下雪的南方人，愣是在最寒冷的冬天早晨从暖暖的被窝爬出去学琴。而那时，我的梦想是成为一个像海子一样的诗人。我这样超级嗜睡的人，竟然彻夜搜集海子的诗作，甚至还在很多个凌晨写过一些莫名其妙的诗。当然，他没能成为歌手，我也没能成为诗人。

站在三十岁的门槛，我无限希望自己以后能“傻傻”地活着，生活静好，现世安稳，其他神马都是浮云

回想起来，我有过很多生猛的梦想：小学时想成为像乔峰一样的大侠，中学时想成为作家或者律师，大学时想成为诗人。

不过，梦想也并不总是这么浪漫，有时候甚至只是一种基本渴求。你很难想象，在 21 世纪的今天，在 2009 年的一周时间内，在这个繁荣的国度里，我的最大梦想就是能吃饱，要忍受一般人所不能承受生理极限的挑战，那种痛苦，真的是难以用文字来描述。

去年 2 月，在向诸多有关部门举报无果之后，我在网上发了一篇《灵宝老农抗旱绝招》的帖子。说是抗旱，其实主要是反映征地问题。帖子在网上一下子红了，50 多家网络转载。我本想借助网络的作用，形成社会舆论，帮助乡亲们解决问题。没想到，问题没解决，倒把自己弄进去了。

20 天后，也就是 3 月 6 日，灵宝警方以涉嫌诽谤、诬蔑政府抗旱不力为由跑到我的工作地上海将我抓获并拘留。8 天后，由于证据不足，公安机关以取保候审的方式把我放了。

许多人跟我说，你太傻了，怎么能跟政府对着干呢，胳膊扭不过大腿，管这闲事干吗？现在想起来，我确实太傻了，我以为法律和制度是必须尊敬的，我以为公权和私权是平等的。

整个事件是一个人血馒头的故事。起先，我看到农民（包括我家）合法利益受到“相关部门”侵害，想以法律动员农民团结起来反抗，结果农民懦弱，不愿承担风险；接着举报被打击报复，农民竟全部作看客，个别农民甚至村干部组织下干扰媒体调查；真相大白后土地退回，被砍树的农民有的还认为损失是我导致的。可怜的农民乡亲，利益受损竟不自知。 下转 28 版

老百姓不用再用生命捍卫自己的家园

亲爱的读者：

距我家发生的事情已经过去三个多月了。这三个多月对于我好像经历了大半辈子，从开始的愤怒、伤心、恐惧到绝望，又从绝望中看到希望和大爱，这是我以前从来没有经历过的。

以前的我跟很多 80 后女孩一样喜欢逛街、喜欢漂亮的衣服、喜欢在 QQ 农场偷菜。我的世界是无忧无虑的，妈妈和姐姐们都宠着我。

可是那样的日子在 2010 年 9 月 10 日戛然而止。宜黄县领导看中了我家的地盘，并不惜一切代价进行强拆，我的幸福和安宁就被无情地夺走了。他们同时还夺走了我大伯叶忠诚的生命，二姐钟如琴的未来和妈妈的晚年。

在我几乎绝望和崩溃的时候，是网民和媒体记者救了我们，让我第一次见证到网络、微博的力量是多么的伟大。

妈和二姐终于顺利转到了全国最好的烧伤医院：北京解放军 304 医院。她们在这里接受了非常好的治疗。

医院经过两个多月的努力，终于把妈和二姐从死亡线上抢救过来。看着她们一天天的好起来，我们悬着的心也终于放下来了。

二姐的伤口开始愈合，只是我每次看她心都像被针扎着一样难受。看着她身上肆虐的疤痕，那形状好像燃烧的火焰。我想在她的心里也留下了和这火焰般永远的伤痕。我夜里常会想起姐在南昌时躺在病床上绝望的眼神。

妈妈和二姐的创面基本上已经好了，只是每天晚上都痒得睡不着觉，因为伤烧的地方没有毛细孔排不了汗，所以只要一热，身上就非常痒。我听那里的老病号说伤疤会越来越厚、越来越痒。这种炼狱般的痛苦没有亲身经历过的人是不能深刻体会的，我心如刀绞，现在只希望时间能过得快点，让妈和二姐能少受一些痛苦和折磨。

等她们能做整容手术，一定要尽最大的能力让姐脸上不留伤疤，让她的脖子、胸前和手上的伤疤被修复到最少。让她照镜子时不要再难过得流眼泪，也让我们的愧疚感能少一些。

本来今年说好要帮妈妈过六十大寿的，现在我们却要在医院里过年了。更心痛的是，今年大伯再也不能陪我们一起过年。我耳边再也听不到大伯亲切地叫我“小九”了，这原本是多么热闹的一年啊！我已经失去了孝顺大伯的机会，我不想再失去孝顺妈妈的机会。

妈妈生下我们九兄妹，从安徽逃难到江西，白手起家，为儿女操劳一辈子，不想又遭此劫难，我希望她有一个幸福舒心的晚年。

自从出事后，大姐每天都很早去医院，总是让我们多休息怕我们累，什么事都自己去做，她为这个家付出太多了。而她到现在为止还是单身，这么好的女孩真的太需要一个温暖的怀抱让她依偎。大姐和二姐都能有个幸福美满的家庭，有爱她们的老公和可爱的宝宝，这是我的心愿。

本来今年要帮妈妈过六十大寿的，现在却要在医院过年。这原本是多么热闹的一年啊！

我常想，在不久的将来，我们全家人能坐在一起热热闹闹吃顿团圆饭，妈和二姐已经出院，妈的左手又可以活动自如，给我们做好多好吃的了。姐的整容手术也做得非常成功，脸上和身上的疤痕几乎都没有了，又可以开心地跟我说悄悄话。大姐也找到属于自己的另一半，有个幸福的家，我抱着她的小宝宝逗着玩呢。而那个时候，新的拆迁条例也颁布下来，中国不再有强拆，老百姓不用再用生命捍卫自己的家园。

2010 年即将结束，新的一年又要来临。我常想，我们家是不幸的，但我们又是幸运的，全国那么多的朋友在支持着我们，关心着我们。

我希望在 2011 年里不再有强拆，希望全国的老百姓都不要再为维护自己的家园而伤害自己，希望新的拆迁法能最大限度保护老百姓的合法权益，希望我们家这么悲惨的事情不要再在中国上演了。我更希望用大伯、妈和二姐的牺牲换来千千万万个家庭的幸福和安宁。

钟如九



赵刈 / 插图

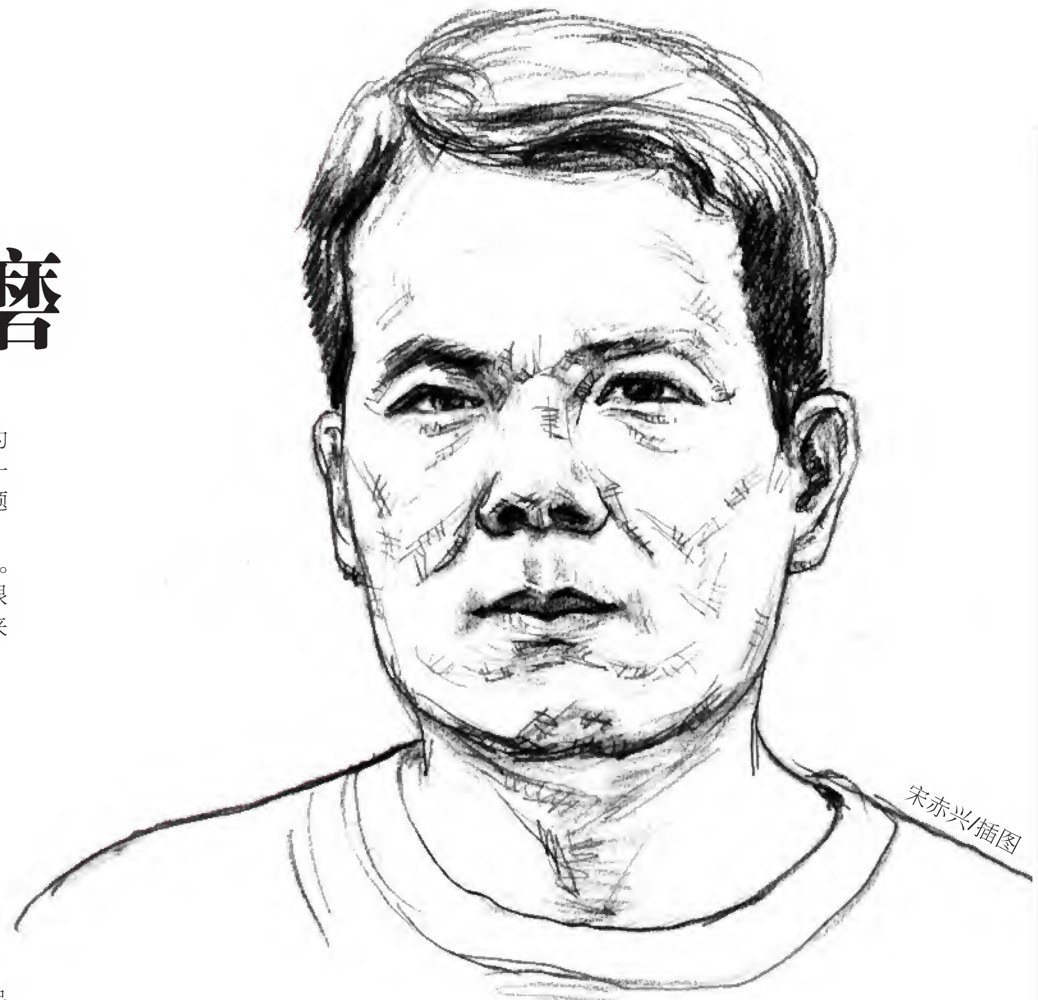
钟如九

宜黄强拆自焚事件当事人。2010 年 9 月 10 日，钟家与拆迁人员发生冲突，钟如九的二姐、母亲、大伯自焚抗争，二姐和母亲受伤，大伯身亡





希望农民工
不再受职业病的折磨



张海超

曾是河南新密市一企业工人。工作3年多后，被多家医院诊断为尘肺，2009年，在维权无门的情况下，28岁的他跑到郑大一附院，不顾医生劝阻，坚持"开胸验肺"，终获赔偿。用一个人的无奈之举，开启了一扇维权之门

亲爱的读者：

"开胸验肺"的维权经历让我一下成了"名人"，现在经常会接到一些职业病患者的咨询电话，有的还直接跑到我家里来求助。我知道他们有多难，他们现在遇到的困难，很多我以前也都遭遇过。除了给他们提供咨询外，在条件允许的情况下，我也会为他们提供一些力所能及的帮助，虽然咱不是太有名，但我出面帮助职业病人维权的时候，还是会给有关部门带来一些压力。

成都的一个案例，是我第一次出庭帮别人维权。一个叫肖化中的煤矿工人，2007年的时候，就被检查出来是尘肺病Ⅲ期职业病，劳动部门也给他做了鉴定，是伤残三级工伤。这些鉴定都做完了，但赔偿却一直拿不到，跑了3年也没有啥结果。他儿子在网上看到我的维权经历之后，就找到我，希望我能过去帮帮他们。后来，我和河北的一个维权律师张士谦就去了成都。

开始煤矿根本不承认肖化中在矿上干过活，拒绝赔偿，拒绝调解。通过媒体报道后，煤矿在当地政府部门的介入下，同意赔偿12万元左右。但是按照工伤标准，应该赔偿18万元左右。后来经过多次调解，肖化中最终获得了13.6万元的赔偿款。

得尘肺病后，基本上等于丧失了劳动能力，对于我们这样的尘肺病人来说，赔偿费就是救命钱，像我现在每月的医药费用是4000元左右，要不是拿到了赔偿款，根本承受不起。我见过几个得了尘肺病，没拿到赔偿的，连基本药物都用不起。

看到肖化中能维权成功，我打心里替他高兴。除了这个案例外，今年参与比较多的还有其他3个案例，今年找我咨询和寻求帮助的不下200个，我不可能每个都跑过去，只能找那些影响比较大的去关注。希望能通过这些案例引起大家对职业病的关注，唤醒用人单位加强职业病预防的意识，也希望能促进在职业病防治、诊断方面的法律不断完善，减少农民工职业病维权的障碍。前一段，国务院法制办就《职业病防治法》诊断鉴定制度条文(草案)公开征集修改意见时，我也提了自己的一些看法。

通过这些维权经历，我觉得在职业病的维权上，还存在很多困难。首先就是没有一个完善的救济机制，很多人遇到这个问题后，都不知道怎么办，找不到门路。

有些政府部门对这个事情还是不重视。我们去帮助维权的时候，有些政府部门就很反感。觉得我们是给当地抹黑，给他们带来麻烦。像我们上次去成都医院了解一位农民工的情况的时候，就连当地工会都很抵触，"我们还能处理不好，还用你大老远从河南跑过来。"不过，虽然他们心里不舒服，但也没办法。

我觉得在职业病的维权上，还存在很多困难。没有一个完善的救济机制，很多人遇到问题后，找不到门路

有的地方，发现有职业病案例后，不是及时整改，反而是隐瞒，最终只能闹出更大的矛盾。像贵州的一家冶炼厂，因为尘粉重度污染，2005年的时候就发现了十多例尘肺病，企业没有因此采取任何措施，结果今年再体检的时候，一下发现192个，在当地都闹成了群体性事件。

现在对那些违规企业的处罚力度还是不够，上述的那家贵州企业，2005年的时候被罚了10多万元，但这点钱对企业来说根本不算啥。前几天，有个媒体记者给我打电话说，对职业病危害因素没有采取防范的企业，罚款标准提高了，最高可罚20万。我觉得这种力度还是不够，惩罚力度小，企业就会有侥幸心理，只要不被发现，他们就可减少不少支出。

对于一些恶性和故意的，明明知道有造成职业病的危险，却不采取防范措施，包括检查出来职业病却故意隐瞒的，应该借鉴煤矿事故的处理办法，追究企业负责人的刑事责任。虽然那个企业拿出了2000多万进行赔偿，但工人们后半生的健康基本上算是给毁了，治疗起来也是个无底洞。得这种病的，基本上是家里的壮劳力，一个人垮了，一个家也就完了。我看报道上说，我们国家现在已经有数千万职业病人，这得影响多少人。

以前大家对职业病的严重性认识不够，有些人死了还都不知道怎么回事。像我的事情被报道出来后，有的工友就不再去上班了；也有的迫于生活压力，没办法还继续干；也有的存在侥幸心理，觉得这事情不会发生在自己身上。

不过，事情也在往好的方面发展，一些法规也在修改。有些单位对职业病的预防意识也在提高，有一个地方的煤炭安监局还请我去给当地的煤矿企业讲职业病的危害。安监局的官员告诉我说，不敢保证杜绝，但要加大监管力度，保证合规生产；加大投入，安装除尘设备，进行预防。

人都有生的欲望，和我一起去治疗尘肺病的5个病友，有1个已经去世了，有2个在靠吸氧维持生命。看看他们，有时候我也挺怕的。医生跟我说，我最长也就能活7年。我希望尽我所能，来帮助那些职业病患者，为职业病的防范、促进大家对职业病的认识做点事情。最重要的还是要有一套比较完善的制度，来帮助更多职业病人维权，能让他们在面对职业病的时候，解决起来更方便、更快捷一些，不希望有更多的农民工受职业病的折磨以及维权难的折磨。

我能有今天，要感谢很多好心人的帮助，正是有了他们的关心和支持，才使我最终拿到了赔偿，我才能买得起药维持身体，才能把女儿送到比较好的幼儿园。如果有职业病的工友需要维权，我还是会尽力去帮助他们

张海超

"傻傻"地活着

上接27版

在看守所的8天里，最刻骨铭心的不是那二月刺骨的冷水澡，不是那难以忍受的饥饿，也不是那失去自由的痛苦，而是一份特殊的情义。因为每天吃不饱饿得昏昏沉沉的，而且基本没有蔬菜，我连续几天都没能大便，后来一个小偷狱友给了我小半包乌江榨菜，我吃了几根，才终于大便出来。

这份特殊的情义一直让我难以释怀，后来得知他出来，我请他吃饭，给他钱他不肯要，他说和我不是一类人，再后来，他换了号码没告诉我，就彻底失去了联系。

强权最终未能掩盖真相。水落石出之后，关于我的事情，在网上也引起了很大争论，有很多人同情和支持我，称我是英雄，但也有些谩骂和嘲讽。这其实是一个悲剧。本来对于征地这件事，国务院、省政府都有相关制度制约它的，为什么这些人知法犯法？是不是悲剧？知法犯法以后，举报这些职能部门又不去检查，是不是悲剧？举报以后，公安局又来抓人，打击报复，是不是悲剧？

更为悲剧的是，类似的事情在不断上演。最近在兰州工作的王鹏，由于举报官员后代涉嫌公务员考试作弊而被宁夏吴忠市利通区公安分局刑事拘留，关押9天后被释放。虽然公安局长和政委被免职，但真的能起到问责的作用吗？这些地方官员违法的成本几乎为零，甚至有的基层官员在替领导背黑锅后青云直上。

这个世界会好吗？今年"跨省"之后又有多少"跨省"？自焚之后又有多少自焚？强拆之后又有多少强拆？我们因为他人遭遇拍案而起，在网络发帖呐喊；然后极少数案件会得到媒体曝光；然后是不痛不痒的"问责"，用纳税人税金支付的"国家赔偿"。这样的剧情一再上演，惟一的变化是主角在换人。什么时候是全剧终？

那么多纯真甚至是生猛的梦想早已被岁月所泯灭，而现在，我的梦想是什么？王小波说："当我们长大之时，就有了两种选择：当傻×或是当亡命之徒。"亡命之徒我做过，得到的经验是，还是当王小波说的前者好，会让我辨不出一切，但不会承担风险。站在三十岁的门槛，我无限希望自己以后能"傻傻"地活着，生活静好，现世安稳，其他神马都是浮云。

王帅



将公众参与变成企业治污的压力



刘敏/插图

马军

公众环境研究中心主任，因开发出中国第一个水污染公益数据库，发布"中国水污染地图"而被评选为 2006 年绿色中国年度人物

我相信，十三亿中国人不会同意我们的环境在高速工业化的同时被破坏掉

亲爱的读者：

谈到中国环境，难免一则以喜，一则以忧。喜的是自 2003 年以来，政府出台了一系列的法规和政策，推动环境信息公开和公众参与。中国公众的环境意识不断提升，环保组织的能力持续加强，而企业也开始意识到环境保护的重要性。我们在工作的过程中也找到了一些促进污染控制的方法。忧的是中国环境形势依然严峻，经济发展方式尚未完全转变，环境管理的执法不够严格，司法体系还不能有效地应对环境诉讼。许多企业还在以牺牲环境为代价来赢得订单，它们缺乏环境守法的动力。

作为世界加工业的中心，中国的环境承受了巨大的压力。近些年，中国 60%的监测河段受到污染，一半以上重要城市的大气质量达不到法定的环境标准。要克服现在巨大的环境挑战，必须有社会各界广泛的参与。我们认为，公众参与能够为清除污染提供重要的动力，形成社会压力，激发社会其他方面参与到环境保护中来。而公众的参与需要环境信息的公开作为先导。

基于这样的想法，2006 年以来，我和我的团队先后开发并运营了两个全国性污染数据库（水污染地图和空气污染地图），以监督企业的环境表现，促进环境治理中的公众参与。同时我们与多家 NGO 合作，发出了"绿色选择"倡议。"绿色选择"这个项目以数据库为基础，规定加入该项目的成员，须公开承诺在中国不用污染企业作为供应商，并通过一个程序识别供应链条上违反中国环保法规的企业，进而促使这些企业解决其存在的污染问题。"绿色选择"通过公众参与，将环境污染记录转化成订单的压力，最终对企业的生产经营活动产生实质性的影响。

截至 2010 年 11 月，"绿色选择"倡议已经推动 310 家企业对其污染记录和整改措施作出说明。我们选择大型品牌来传递环保压力，是因为这些品牌凝集了企业社会责任的承诺，这也是让品牌所有者取得市场竞争的一种优势，获取了这种优势就必须践行相应的承诺。很多知名品牌，自己几乎不做任何生产，几乎全部都是外包生产，他们本身可谓是一家绿色公司，但他们的供应商可能为了赢得订单降低环境标准，这样造成的污染可能比其自己建厂还要严重。因此品牌的环境承诺不仅是对本公司自身的要求，还应当包括对供应商的管理。

在中国，环境信息公开方面我们已经取得了可喜的进展，2006 年，我们两个数据库里收录的超标违规记录只有 2500 条，到今天已有 73000 条之多，短短几年增加了 7 万条记录。伴随着数据库的更新、"绿色选择"倡议的推进，很多企业开始在压力下做出改进，公众也通过"绿色消费"的理性表达行使保护环境的权力，从而更加深入地参与到环境保护中。

未来 5-10 年的时间，我们会沿着绿色消费、绿色供应链这一路径进一步扩展和完善。更多地动员消费者行使自己绿色消费、绿色选择的权利，我们寄希望于通过这种压力让更多的企业产生环境保护的动力。同时，还要继续以撬动龙头企业为主，带动整个供应链条关注环境保护。

此外，未来我们还可以关注"绿色信贷"，推动银行重视贷款企业的环境表现。目前，有些环境污染大户在贷款方面没有遇到困难，未来我们可以在这点上找到方向加以推动。再比如绿色证券，现在许多的上市公司有很多资金开展生产经营活动，而有些经营活动会加剧环境的污染，如果能够在这个过程中解决信息不对称的问题，让证券市场能够重视企业的环境表现，将对环境保护作出很大贡献。因此，未来我们将让环境信息更多地进入社会生活的各个方面、各个领域，对污染企业产生压力，激发他们清除污染的动力。

未来十年，中国还会处在一个高速工业化和产业化的过程，我们所面临的问题就是如何在这个过程中为这一代人提供起码的健康生存的环境；同时要尽可能保留一些自然和文化遗产。对此，我们要有紧迫感，也要有耐心和信心。我相信，十三亿中国人不会同意我们的环境在高速工业化的条件下被破坏掉、一代人甚至几代人的健康被牺牲掉，不能同意在 20 年时间内把从祖先那里继承下来的伟大的遗产毁灭掉。我坚信充分知情参与的公众，将会做出一个绿色选择。

马军



刘会芹/插图

范美忠

都江堰光亚学校国际部大学预科教师。2008 年汶川地震时由于撇下学生先逃走而备受争议

自由选择方能获得教书之乐

我希望整个中国的中小学教育当中，来自于政治的限制能够少一些

亲爱的读者：

值此新年将至之际，能够借《经济观察报》的版面来跟大家谈谈对职业、家庭、生活和我们国家各方面的期望，我感到非常高兴。

自 1997 年大学毕业以后，除了在媒体工作 5 年之外，算起来我已经在中学教书 8 年了，自然对教育关注多一些。

要获得教书之乐，能够自由选择教学的内容和教学的方式，在与学生讨论的过程当中也不能够有禁区是必须的条件，这样才能够获得思考、创造和追求真理的快乐。我希望整个中国的中小学教育当中，来自于政治的限制能够少一些，大学招生制度能够改革得更加合理一些，这样所有的教师都能够获得创造性教学的自由，而学生也能够不再受僵化的灌输式教育和题海战术的折磨。

一句话：我希望中国教育在新的一年里能够有更自由宽松的环境并且更具人道主义性质。同时，我还希望在中国办学的环境更加宽松，国外先进的教育理念比如 IBO、AP 和华德福教育等都能够不受限制地进入中国，而民间力量办学也能更加的自由，这样才能够充分发挥各种力量，使教育变得更有活力，这个国家也才有希望！

说到我的家庭，我的孩子三岁了，已经上了成都华德福学校（来自于德国的教育理念），算是解决了我的一个大问题，本来我是打算不让孩子上公立学校而准备自己教的。

接下来就是衣食住行，现在对我来讲最关键的问题是还没有买房。也不是买不起，但现在房价这么高，如果买了我会觉得亏，而且我总觉得供房就变成了房奴，将影响我的生活质量。因此我希望新的一年房价能够下降一些，这样我买房会更轻松。或者我的书印出来后能挣一大笔版税，不用月供就把房买了最好！

物价也是一个问题。现在买菜做饭都是我一个人包了，所以我对柴米油盐的价格都非常熟悉，过去一年来，我是看着蔬菜价格飞涨。就这一点来说，我有些矛盾。菜价上涨，获利较大的可能是农民，他们的收入能够提高，能够过上好日子，我感到很高兴。而且就我的收入来讲，目前的物价上涨对我的生活影响较小，我还承受得起，但对较低收入的家庭呢？那可能就是另一回事了。既然这样，我期待的就不是农产品价格下跌，而是低收入家庭的收入能够得到提高。

至于我们的国家，过去一年也发生了不少大事。继汶川地震之后，青海玉树再次发生地震，又死了不少学生，成天宣传英雄主义是拯救不了学生的生命的。全国的校舍是不是都应该检查一下？凡是不合格的校舍都拆掉重建，亚运会结束了，中国又狂扫金牌，我却连关注的兴趣都没有，因为我回到家里，在附近要找个可以踢足球、打篮球的地方都非常困难！如果这样，中国在奥运会、亚运会上获再多金牌，对民众来说又有什么意义呢？培养冠军的经费还不如用来多建点大众体育设施！在政治上，过去一年最让我感到高兴的是，温家宝总理在接受外媒采访的时候谈到民主、自由和人权，谈到政治体制改革，希望在新的一年我的祖国在这些方面能够有进展。

范美忠

| 中国 | 三亚 | 香水君澜 |



实景图

隐逸山海间的艺墅品

香水湾滨海一线 酒店入户服务 私密泳池院墅

背靠山、面向海，香水湾的美，
您可以用一座院落式的独栋别墅来收藏。
香水湾君澜度假酒店，由浙江世贸君澜酒店集团开发、直接管理。
酒店业已开幕运营，就为了给别墅主人无微不至的服务。
即使您不在的时候，也有专人帮您把别墅的里里外外细心打理。
您只需要放松享受的心情，不需要张罗琐事的费心！

山院墅、水院墅、美学艺境样板区，落成恭候！

中国·海南
香水君澜
SUNTREEBAY HAINAN CHINA
Villa · SPA · 酒店 · 别墅

0898 8330 0777
www.naradavilla.com
滨海别墅接待会馆：香水湾君澜度假酒店

投资开发：浙江世贸君澜酒店集团 建筑设计：加拿大AAI&浙江省院 景观规划：香港易道 空间设计：香港PAL梁景华
收藏级别墅 / 建筑设计：建言 景观规划：翰祥 空间设计：大匀 全程营销：金达利筑地
陵房预字（2010）第0012号 本广告仅供参考，开发商保留最终解释权

你的眼睛一定不要去看着别人


赵刈/插图

周殷子
1995 年 3 月生于四川成都,原人大附中学生,
2010 年去美国,现为美国茱莉亚音乐学院预科学院学生。
弋妞是殷子在中国的好朋友,
刚考上中国民航飞行学院,两人的梦想是弋妞开飞机去纽约听殷子的独奏音乐会

弋妞:

昨天爸爸告诉我,说报社需要一篇给朋友写的信,我马上就想到给你写。其实我早就想给你写这封信了,只是不停地有各种让我疯忙的事,现在好了。翻翻刚来美国时写的日记,我重温了一下那时的感觉:上飞机之前,在飞机上和到美国之后,心情是完全不同的。

上飞机前,我有种莫名的勇气和自豪感。心想,我就要出去闯世界了,我就要成为留学生了,我就要踏上漫长的人生旅途了!而且有种想让暴风雨来得更猛烈些的冲动,做好了不怕任何困难的准备。到了机场安检,我还特郑重地用国家领导人那种眼神回头望了望。

飞机起飞后,随着离陆地、离北京越来越远,我就开始发虚了。中学同学是我在中国的最后一拨儿同学了,再也不能回到那样的课堂上了;再也(至少好多年)不能回家过年了,不能放炮,不能跟家人一起熬夜看春晚、吃饺子;至少一年吃不成海底捞等各种国内才有的好吃的……心里好惆怅啊!这架飞机就好像时空穿梭机一样,穿越时空,而我就在两个世界之间的通道中。

到了美国,一吸气,闻到一种美国空气里特有的味道,特别清新。我的新家在新泽西州,这儿绿化真好啊!这不就是我梦想的地方吗?宁静、田园风格的小镇。一直喜欢看宫崎骏的动画片,新泽西与动画里的场景有点相像!哈,我以后就要一直住在这么美丽的地方吗?于是,惆怅悲伤寂寞什么的,全无影无踪了。我的新生活要开始了。

来美国已经 4 个月了。天哪,都 4 个月了!快乐的时间总是那么快!那就从我第一天上学开始慢慢讲吧。

第一天去的学校不是美国的普通高中,而是在纽约林肯中心的茱莉亚音乐学院。我所在的茱莉亚预科学校是个周末学校,每个周六从早到晚就在这里泡在音乐中。

我从小学长笛,从小梦想着成为著名的音乐家、演奏家,现在来美国就是为了实现这个梦想。今年 3 月来纽约面试,我的梦想就是考上了茱莉亚音乐学院预科。第一天去报到,满眼看到的居然是家长,很多很多家长包围着各种小天才。家长们也真不容易啊,很多都是来陪读的,就像我爸妈一样,他们跟工作单位请了假,两人轮流来陪我,说实话我心里还是有点欠欠的。那些小天才一个个背着管、提着琴,很有自信、意气风发的样子。想起刚刚丢下的那曾经烦死人的数理化,心中无比之爽!这才是我的天地啊!超现代化的大楼,几个耀眼的字母"The Juilliard School",像钉子般地刻在了我的眼里。学校大楼对面是剧院,过几条马路就是纽约著名的中央公园。看着这所名校,想着我已经是这里的学生了,身体像个氢气球一样,简直就 high 上了天!

报到那天,老师们给新生和家长开了个会,就在平时演出的小音乐厅里。我们引以为豪的女校长——钢琴家卡普林斯卡娅发表了一段令人印象深刻的话,我受益匪浅,大概意思是这样的:

你们只要发挥自己的个性和才能,不断超越自己,把自己做到最好就行

"这是一个天才汇聚的学校,每个人都有自己独特的才能和个性。我们一定要对你们讲的是,不要去相互竞争,你的眼睛一定不要去看着别人,去和别人比。你们只要发挥自己的个性和才能,不断超越自己,把自己做到最好就行。你们的父母为了培养你们非常艰辛,所以,请尊重这里的每一个人……"

这里有吹长笛的,弹钢琴的,拉小提琴、大提琴的,每个人在各自的国家或地区都可说是佼佼者、小天才,大家都想成为最好的,这再正常不过了。其实我也经常拿自己跟别人比较比较,但我的比较是为了找出对方身上自己没有的优点,回家以后刻苦练习。吸取别人的优点,改正自己的不足嘛,这算是好心态吧?

说到这,我想起以前在国内经常听到的一句话,"不要让孩子输在起跑线上"。天哪,当小孩还在肚子里的时候,很多家长都这么想了,当小孩一出生就要赛跑,多累啊。只是大人们有没有想过,如果总是让自家的孩子怀着竞争的心态去看别人,心理会不会扭曲呢?会不会对人格的发展不利呢?

听那些老生的家长说,自己孩子一到星期五就兴奋,因为周六要到茱莉亚。我也是这样,每到周五晚上我心情就特别好。尽管每周六一大早就要从新泽西赶火车去纽约,晚上再回来有点辛苦,但这点辛苦比起快乐来简直是太小的 case 了。这样一来,我每周就只有一天能休息了,不过一天也足够了,因为上学也很有意思啊!

我平日周一到周五都在新泽西一个很好的中学上高中 10 年级。8 月底第一天上学,是爸妈开车送的。车停在一个很大且停满了黄色大校车的停车场里。下车后,眼前根本没有任何像学校的那种大楼。摆在我面前的好像一个大超市,或者说是个大堡垒。一大片,全连在一起,只有那么一两层。我去得比较早,在车里坐了会儿。哎,微微有点紧张。美国学校会是什么样的呢?老师、同学会是什么样的呢?记得爸爸在来美国之前说过一句挺正儿八经的话:"你去了美国,一定要耐得住寂寞哦。"我会不会真的寂寞啊?这时心里又发虚了。

"好了,走吧。"爸说。我看他好像也有点紧张的样子。

我推开车门,跟着人流,缓慢地走向大堡垒。

"请问 600B 教室在哪儿?"我找不到路了,抓个同学就问。

费了一番周折,到达目的地后,向四周环顾一下。这真的是教室吗?太与众不同了!这简直就是一个大厅,教室与教室之间只是用纸墙隔起来了而已。这边讲着代数呢,经常能听到隔壁的几何。有的时候,隔壁班老师说笑话,我们班也跟着笑起来。我们的数学老师是全校最帅的男老师,他不仅是教数学的,还是长跑队教练。这次来美国我算是饱眼福了,学校各种金发碧眼的帅哥,美女也很多,而且都是成熟性感的美女。我的打扮——帽衫+牛仔裤+板鞋在学校被公认为是小学生……课间赶路的时候,各种穿低胸紧身丝袜的妹子从我身边走过。还有学校的情侣们连课间也十指相扣,中午互相喂饭,放学依依不舍,简直腻死几个人!美国学校对这方面却一点要求也没有,几乎所有人都打了耳洞。要是搁在中国,基本一个学校都是不良少年了。

但不管身边的人怎么样,坚持自己的风格是最重要的。

我们上课的方式也很奇特。每个人都有自己的选课指导老师,专门负责安排课程,除了必修课以外,大概有 2–3 门课可以自己选。所以,每个人的课都不一样。这里各种课都是学生找老师的教室,课间也只有 5 分钟的间歇时间。我刚来学校的前两周,眼看着短短 5 分钟时间,大拨儿大拨儿的人都四处逐渐散去,只剩下像我这种路痴在到处瞎逛。800A 教室在哪儿?201 在哪儿?完全搞不清方向。每次课间都是,前 4 分钟学校各个角落都是人,大家都背着书包跟放学一样悠哉悠哉地往各自的教室走。转眼间,就空荡荡的一片了。剩下的几个人呢,都慌慌张张地跑来跑去,全是找不到教室的。

学校活动也不少。这个周末管乐团才举办了一场音乐会。

这个学校的乐团有好几个,和我在中国的人大附中乐团的感觉完全不同。这里的每个学生都可以进乐团,你愿意弄什么乐器,拿着这个乐器都能进,大家一起学着,一起排练,一起感受交响乐团集体合作创造出来的乐趣。如果水平提高了,又有高一级的乐团在等着你,只是乐团的水平就完全不能跟人大附中相比了。但我想,这样也好,每个人长大了都会有欣赏音乐的美好体验和回忆,不是很好吗?而人大附中的乐团就是追求高水准,进去之前要有严格的考试,只有特长生才能加入,更多的同学跟乐团是没有关系的。我没有加入他们的乐团,因为我是专业水平嘛,呵呵,想给自己多点时间选修其他感兴趣的课程。

不过,每次听着他们的乐团演奏,我就会一下想念起我在人大附中交响乐团的生活来。想到大家在排练厅一起写作业,想到假期辛苦的集训,想到我们一次次演出和比赛,我喉咙里就堵得慌。

刚来美国的时候很新鲜,觉得什么都很有意思。待久了也就习惯了。4 个月过去了,刚来时那种兴奋劲慢慢消退下去,思念开始越来越强烈。我特别想念我的人大附中:我是班上的宣委之一,好几期的板报都连续获得年级第一;篮球联赛的时候,班主任和全班同学都聚在一起为自己班加油;义卖活动时,同学们为了班费,扯着嗓子到处推销,还有一部分同学跑去买午饭和水给他们;文化节、文艺表演、新年联欢会的时候,我们天天利用中午、课间的时间排练;考试前后,教室、食堂到处都是拿着复习资料凑在一起复习的同学;运动会、春秋游……这一切都是这里没有的。美国很重视个性和自由,却没什么集体的感觉。学校有体育队,他们的体育比赛,好像跟我一点关系都没有。我怀念以前的教室,木质的课桌椅,统练和早读小篇子,甚至跟同学一起做值日。怀念学校的小卖部、旁边的两家文具店和麦当劳。

刚上初中时怀念小学,现在又怀念中学。我相信等我从现在的高中毕业以后,一定会有一样的想念的。

所以只要过好每一天就行。梦想总有一天会实现的。

殷子

尊贵·奢华·自如

陆上行宫 ALPHARD 打造旗舰 MPV 标杆



近日,丰田豪华 MPV 车型 ALPHARD 即将在广汽丰田销售渠道上市发售。作为豪华 MPV 中的旗舰车型,ALPHARD 拥有尊贵、奢华、自如三大优势。其威风大气的车身尺寸和外观设计呈现出尊贵气质;殿堂级的豪华内饰、先进设备,打造出舒适的"超豪华空间",从而带给驾乘者奢华的享受;此外,宽敞灵活的乘坐、载物空间,多功能的人性化高端设计,赋予驾乘人员舒适自如的用车感受,令其轻松驰骋于商务与休闲间。

ALPHARD 名字来源于希腊语 ALPHA,寓意宇宙中最闪亮的一颗星。自 2002 年推出第一代至今,ALPHARD 已经正式进入近 9 个国家和地区进行销售。上市之初,凭借尊贵宏伟的外形、顶级的档次和宽广的用途,成为同级别中最受欢迎的七座车之一。本次引进的是第二代 ALPHARD ,2008 年在日本及中国的香港地区上市,受到企业家、明星们的热捧,被誉为"明星保姆车"。截至 2009 年,ALPHARD 累计销量已超过 50 万台。

正如 ALPHARD 的首席工程师丸山野悟表示,真正的旗舰 MPV 应该是:"不仅外观宏伟霸气刚毅,而且内饰极致奢华尊贵;不仅空间宽敞乘坐舒适,而且商务旅行驰骋自如;不仅功能完备动力充沛,而且节能环保最高安全。"可以预见,即将登场的陆上行宫 ALPHARD 必将凭借出色的产品优势,在 MPV 市场树立起全新的标杆,引发一轮极具震撼性的尊贵奢华风潮。

外形设计:尊贵宏伟 王者气派

ALPHARD 的长宽高分别为 4850x1830x1905mm,车身高度超过 1.9 米,轴距达到 2950mm,在这一级别车型中开创了新的记录。它通过饱满有力,恢宏大气的车身设计以及低重心宽车体的布局来实现"恢宏大气,尊贵而不失动感"的设计目标。

ALPHARD 外观整体设计棱角分明、饱满有力,尽显高贵大气的王者风范。开阔霸气的镀铬进气格栅与大型晶钻头灯联成一体,配合锐利雾灯与下进气口设计形成前冲式 V 型前脸设计,与尾部的 V 型后尾灯后雾灯设计相呼应,充满威严感而又不失优雅。镀铬金属前格栅向上扬起的线条如雄鹰展翅,线条舒展而极具气势。

为了避免侧面车身过于单调,设计师采用了上下两道车身腰线的设计,不仅从视觉上拉低了车身高度,也营造出了立体感极强的造型风格,充满力量感。车体明线从 A 柱延伸至车尾,跃动感强烈。车身侧面大量运用立体曲线,凹凸有致,车身流线动感十足,而 4 个与车身融为一体的外凸式轮眉充满了力量感,更赋予了车身很强的雕塑感。

内饰配置 :奢华舒适 陆上行宫

2950mm 的超长轴距赋予了乘员顶级的宽大空间,即使后座设置了两排大型独立座椅,脚部和头部空间依然达到了同级之最。超乎想象的超大车内空间,极致豪华的内饰以及人性化的智能配置打造出陆上行宫般的舒适享受,这是 ALPHARD 上市 8 年来,给用户最大的感受。

顶级宽大的室内空间,洋溢着顶级奢华的气息。中控台高质感的镀铬饰条与木纹饰板相搭配,层次分明,整个车厢以优质真皮和细腻丝绒包裹,缔造出极度尊贵奢华的内部空间。豪华双天窗设计带来宽敞透亮的车内空间,分区控制的顶级娱乐系统和空调系统贴心满足不同乘员的需求。自发光式鹰眼仪表盘,采用了加强型金属仪表环,层次鲜明,立体感强烈,与双层高级黑烟玻璃搭配组合,科技感十分强烈。

高贵的车室,音响系统当然不能简单。独有 1.5 米长 LED 室内氛围灯和大量优质隔音材料的运用营造了殿堂级优雅宁静的超豪华空间,带车顶扩散式音响在内的 8 音响系统则打造了震撼视听感受。后排顶置 9 英寸 LCD 影音荧屏,丰厚的音质通过多功能喇叭系统播放,使车厢成为流动影音室。

同时,丰田毫不吝惜地将众多领先科技运用到这款车上,打造出一部充满人性化 MPV。单单在车门上,ALPHARD 的设计师就煞费苦心,采用了电动防夹双侧滑门和电动尾门设计,具备遥控、键控、手动开关等功能,通过智能钥匙就可以随心控制侧门和尾门的启闭,再加上车的阶梯式地台,使上下车更为优雅从容。对于重要客户的迎来送往,更能体现出主人的盛情、体贴和客户的尊贵。

空间组合:自如灵活 商娱兼顾

ALPHARD 宽敞灵活的乘坐、载物空间,多功能的人性化高端设计,让用户能够在商务与休闲之间自由驰骋。

在各个座位之间,均留有充裕的独立空间。驾驶席与副驾驶席均享有宽大的独立空间,两个座位之间还设置了左右连通的过道,让两边位置调换更加轻松自如。第二、三排更是拥有超长滑轨,其中第二排能够拥有 450MM 超长滑移,与前排中心距离最大可达 1590mm,带给乘客量身定制般的个人奢华移动空间。

ALPHARD 采用了 Ottoman 座椅,7 个座椅之间均拥有丰富的电动调节,其超大倾角设计实现了最具人性化设计,能够满足乘员各种乘坐姿势的需求。驾驶席座椅设置了八向电动调节功能,全方位地为驾驶者提供了多种姿势的变化调节,在享受驾驶乐趣的同时,最大限度实现了最轻松惬意的驾驶状态。尤其是被称为"史上最强"的中排座椅,带有高级真皮包裹、电动腿托和舒适脚踏配备、可调试头枕设计、可进行 78°调节的椅背,可超长滑移。其头枕采用大型多功能环抱式头枕,具有多角度手动调节功能,双侧枕可分别前后调节 30°,中央头枕可前后调节 15°,让头部和颈部能够更加轻松和得到呵护,进一步舒缓旅途的劳累,更显乘客的尊崇地位。

ALPHARD 通过第二、三排座椅的调节和收纳,车内空间变换自如,至少可以提供 6 种空间形态,满足各种乘坐和载物需求。ALPHARD 拥有标准七座模式、4 人模式、休息模式、超级宽松舒适模式、第二三排座椅放平模式以及超大行李空间模式等六种模式。其中,如果用户需要在旅途过程中享受超级宽松舒适的乘坐,可将第一二排进行长距离滑动,并进行 78°仰角放倒,将副驾驶席及第二排座椅的独立电动调节小腿垫打开,就能享受到无限惬意的舒适休闲。如果需要空间最大化,则可将第三排座椅折叠收起并固定,间距达到 954mm;并将第二排座椅向前滑动,实现车厢后部的超大空间,能够容纳多件行李或大件物品,方便实用。

动力操控:澎湃充沛 灵活高效

除了具备"尊贵、奢华、自如"三大特点外,ALPHARD 还拥有卓越的产品性能,尤其是灵活高效的动力搭配和顶级的操控性能。

为了满足顾客的不同需求,ALPHARD 采用 3.5L 和 2.4L 两种排量的发动机。3.5L 车型采用了 2GR–FE V6 发动机,最大功率为 202kW/6200rpm,在 4700rpm 时,可以迸发出 340 Nm 的峰值扭矩,升功率相当出色,百公里加速只需 8.3 秒。这款发动机应用了丰田领先全球的双 VVT–i 技术,通过电脑控制进/排气门开启,实现了进气到排气的高效率,输出功率强劲,静谧性卓越,燃油经济性优异,而且达到了欧 IV 排放标准。

配以 6 速手自一体变速器,在行驶时转档顺畅,带给驾乘者极为顺畅的驾乘享受。6 速手自一体变速器不但让操控充满乐趣,同时实现了低震动、低噪音、低油耗和平顺的换挡性能。其在行驶时能够根据道路状况与驾驶者的意图,自动提供充分的动力与发动机制动,使减速与再加速反应灵敏,换挡更加平顺,实现了舒适安全的行驶性能。

在悬挂上,ALPHARD 采用了麦弗逊式独立前悬架/拖曳臂式后悬架,提升了车辆操控的稳定性和驾乘的舒适性。这套悬挂系统的应用不但减少了振动和噪音,而且能够自如应对各种复杂路况。尤其是拖曳臂式后悬架,在实现更大的后部乘坐空间和行李空间的同时,还采用特别设计的连接机构,让轮胎的侧向受力转化成前后方向的受力,以此进一步提高乘坐的舒适性。

安全保护:史上最强 固若金汤

在安全方面,ALPHARD 堪称"固若金汤",在 2009 年获得日本 J–NCAP 6 星+的好成绩,成为碰撞安全性最高的车型。

ALPHARD 采用了丰田誉满全球的 GOA 车身,具有高强度车舱、吸能缓冲部分及区域、V 型架构等组成的高刚性车身。在发生碰撞时,能够最大限度地有效吸收碰撞和冲击能量,同时车厢变形最小,从而最大限度地保证驾乘人员的安全。

ALPHARD 全系标配 ABS 防抱死制动系统+EBD 电子制动力分配系统+BA 刹车辅助系统+TRC 牵引力控制系统+AFS 前大灯随动转向系统,值得一提的是,更配备有 S–VSC 带转向辅助车身稳定控制系统,能够对 ABS、TRC、VSC、EPS 等功能进行组合控制,使车辆行驶更加稳定安全和安心。此外,ALPHARD 全系标配 7SRS 空气囊、WIL 安全头枕以及大量采用行人碰撞损害减轻材料,提供了全方位的安全防护。

无论对家庭、个人甚至是商务用途车来说,ALPHARD 都是一部不可多得的好车。其兼具尊贵宏伟的外观、豪华宽敞车内空间、强劲的动力性能和顶级安全性能,正好满足了当下客户追求更高生活水准和更尊贵奢华驾乘体验的需求。相信在 MPV 市场高速发展之际,集奢华、尊贵、自如于一体的 ALPHARD,也将如它的名字一样,成为 MPV 市场最亮的一颗星。

AD

共享中国经济增长的机会至关重要



亲爱的读者：

2010年是中国欧盟商会在华成立的第十个年头。我们是一个独立的、非赢利的、以会员为中心的组织，代表着超过1500个在华欧资企业。商会旨在代表会员发出一个共同的声音，并在关于如何建设一个开放、繁荣和有竞争力的中国经济的政策辩论中，发挥积极的、建设性的作用。

我们的成员，即欧洲投资在中国建立的企业，聘用中国员工，在中国纳税，并且绝大多数立足中国、服务中国市场。

我们的许多成员公司自改革开放之初进驻中国，与中国政府、企业一道推动整个市场的发展。其他一些成员是创新型的中小型企业，他们都把中国看成发展业务和推销产品和服务的最好目的地。他们都是中国商业社会的一部分，共享着中国市场健康发展带来的好处。

我们将对中国的承诺融汇于商会举办的各种活动，尤其是《欧盟企业在中国建议书》当中。每年，我们的会员公司齐聚一堂，评估他们所面临的监管环境，并对如何进一步改善中国的商业环境提出具体的、建设性的建议。这本年度建议书是商会与中国政府部门、行业协会的持续对话的一部分，目的在于使所有参与方更有效地从中受益。这种辩论和讨论对于中国做出基于所有利益相关方的付出之上的、最有效的达成其宏观目标的政策，至关重要。

今年，在中国经济飞速向前而其他如欧盟等主要经济体复苏乏力的背景下，这场辩论和讨论达到一个崭新的阶段。在这种情形下，许多跨国公司对中国市场2010年的情况寄予了更大的期望。共享中国经济增长的机会至关重要；我们尤其关注阻碍实现透明化、可预见性和公平竞争的因素。而与此同时，本地的商业游说组织和其他特殊利益集团却在为避免国内或国际竞争而寻求政府保护。这样的情况并不少见，但在全球化的经济环境下，这些做法在长远看来会弄巧成拙。欧盟商会已经多次提醒欧盟警惕贸易保护主义的危险，并将继续与中国企业分享关于开放与竞争的理念。

对于在华外企，他们对于自己是否会被平等对待、是否得以与中国企业公平竞争十分关切

戴杰
中国欧盟商会主席

在这种情况下，我在2010年4月当选为中国欧盟商会主席。不久后，我有幸与其他30多位欧洲企业的CEO一道拜见了温家宝总理和其他八位部长。参加会谈的还有欧盟委员会的主席。温总理向我们描绘了一个前途光明、稳定和具有竞争力的中国。他认为欧洲企业在帮助中国实现改革开放上功不可没。当温总理重申欢迎外企、合法注册的外企将视作本地企业时，我和我的同行深感鼓舞。这正是我们所追求的公平竞争的表现。

无论对于在华的外资企业，还是对于中国的企业和地方官员来说，温总理的表态都非常重要。对于在华外企来说，他们对于自己是否会被平等对待、是否得以与中国企业公平竞争十分关切。另一方面，对于中国企业和地方官员来说，温总理的话明确了中央政府会为所有的企业提供公平的发展机会。那次会面为后来几个月的企业与政府间对话定下了积极的基调。

此后，习近平副主席和商务部部长陈德铭的讲话，以及我们与中国高官的几次直接交流让我们更加欣慰。所以我们在今年的建议书中继续呼吁中国政府提高透明度和可预见性以及提供公平市场准入机会。我们深受鼓舞，因为我们与中国领导人都希望中国有竞争力、开放和繁荣；而且我们也期望，通过欧盟商会与政府友好和坦诚的对话、通过欧洲企业日复一日中国为客户和伙伴提供服务，我们将更好地为实现这一目标作出贡献。

祝愿你们新年愉快，兔年吉祥健康。

戴杰

本世纪将在很大程度上由美中关系来定义

致《经济观察报》：

祝贺经济观察在中国各地10年开创性的新闻报道。我在美国大使馆的同事们和我欣赏你们每周提供的新鲜观点和见解。你们报道的卓越树立了行业标准并挑战各地记者跟上步伐。我们期待你们在未来十年及以后的继续成功。

本世纪将在很大程度上由美中关系来定义，而像《经济观察报》这样的报纸在向中国和美国民众以及整个全球社会解释为什么我们的互动将是如此重要上扮演关键角色。可以肯定，我们之间将存在分歧，但我们致力于倾听中国人民及寻找办法促进思想和信息自由和开放的交流。

我同样有信心，我们将在来年有充足机会与我们的中国同事一道努力加强我们的关系。我感到鼓舞的是，中国国家主席胡锦涛本月末对美国具有里程碑意义的访问——自1997年以来中国国家主席对美国的首次国事访问——将给我们提供一个机会来推动我们在创造就业、保护环境和确保全球安全上的共同利益。

我的家人和我与美国大使馆工作人员一起祝愿经济观察的读者在未来一年里一切顺利。

洪博培



我们之间将存在分歧，但我们致力于倾听中国人民及寻找办法促进思想和信息自由和开放的交流

洪博培
美国驻华大使




新世界中國地產
New World China Land
DEVELOPMENT WITH A HEALTHY SOCIETY
与健康的社会共发展
www.nwcl.com.hk
新世界 新生活
新世界中國地產
New World China Land
香港股份代号:0917
香港新世界集团成员



柳传志
联想控股董事长兼总裁、联想集团董事局主席

我希望未来世界能够太平

亲爱的读者：

回顾过去几十年，有些事情现在看起来比较有意思，但也不无遗憾。在年轻的时候，有一件让我具有永恒兴趣的事，那就是吃。因为那时肚子老饿，太缺油水。当时看小说，哪怕是专讲打斗的水浒传，也会注意到李逵把手伸到碗里捞鱼吃，心想那汤该是多么鲜美呢？今天我们的生活条件确实好了，可以想吃什么就吃什么了，但我却变成"有豆没牙"了。我既不抽烟，也不喝酒，怎么会连吃东西这点享受都没有呢？这实在是个大的遗憾。

我真的很希望，把在文化革命中我们付出沉重的代价，交了学费的东西，拿出来认真复盘，进行学习

上大学时，让我最愉快的事情是星期天时能连着踢两场球，踢到腿抽筋，不用上自习课，能彻底地玩玩。现在不要说踢，连看球的瘾都没了，中国足球怎么会弄成这个样子了，这也是一个遗憾。原来看足球，特别是看中国足球，是我的一大爱好。现在中国足球弄成这个样子，使我对整个足球都没了兴趣。不知这次足协能不能真的下决心从体制上、风气上、环境上进行彻底的整顿，让中国的男人们增加点生活的乐趣。

说说我现在的工作。我现在是联想集团的董事局主席，同时又担任着联想集团母公司联想控股的董事长和总裁。这两家公司也处在不同的阶段，联想集团现在经过调整重新走向正轨，联想控股也正在进行新的战略部署，所以工作还占了我相当大的精力和时间。工作本来是件非常愉快的事，但就我的年龄来说，强度稍微大了点。现在，我80%左右的时间用在工作和社会活动上，只有20%时间可以做我喜欢的事儿，比如说打高尔夫球或者读我喜欢的书。如果要是颠倒过来，工作时间变成20%；或者平衡一下，各自占50%也很好，我的生活就会更愉快。其实我也可以像巴菲特一样，踏着舞步去上班的，但现在这舞步多少有点疲惫。

当然工作本身还是很愉快的。当我看到同事们亲密无间，大家一起努力，发挥集体智慧来做战略部署，部署下去后，还真的就能执行，最后能结出胜利的果实。特别当我看到年轻的同事能领军做成一番事业，看到联想旗下企业的同事们生活得比较愉快，这些就是我最大的快乐。

对这个世界，我也有担忧。这个世纪才过去10年，但是几乎所有的人都已经感到未来的世界前途未卜。由于方方面面的原因，包括社会、人文和自然环境变化的原因等等，都可能让每个国家以及国家之间的关系变得有很大不确定性，也就是说有可能很好，也有可能非常糟糕，关键是看人们怎么做事情。比如泰国，本来是我们身边很安定的一个国家，突然间就变成了动荡混乱的地方，真是遗憾。我到欧洲访问的时候，接触到那里的一些资深人士，他们对自己国家包括对欧盟几个重要国家的前景也都忧心忡忡的，因为他们一直享受很高的福利，但是国家储备的钱越来越少，真的当需要个人多为国家奉献的时候，他们都很不习惯，并且总觉得这是因为受到了别的国家挑战等等。

中国现在确实有非常好的位置，因为老百姓的生活相对发达国家来说水平还比较低，如果我们拿消费作为带动GDP的突破口，主动稳健地转型，就会有很大的空间。实际上国家的财政收入增加远大于GDP的增加速度，GDP的增加速度又大于老百姓收入的增加速度。如果能进行一番调整的话，比如增加老百姓的收入，对消费拉动还是有很大好处的。特别是农村人口的城镇化，让农民的工作效率更高，能够提高国家的生产效率和解决以消费为突破口的问题。

如果在几年之内，中国经济真的能够结构性转型成功的话，人民币汇率升值对中国就只有好处，没有坏处；只是现在马上逼迫我们，要求中国货币立即升值，肯定会给国家带来很大的麻烦。所以我们要按自己的节奏来处理好汇率变化问题。

对国家而言，现在和未来值得忧心的地方还有不少。比如像政治体制和社会改革还得要进一步往下做；人口老龄化的问题，已经迫在眉睫；贫富悬殊等社会问题也隐藏了不少矛盾，政府若处理不好的话，也有可能出现大的问题；还有人们的信仰追求等这些问题都有待党和政府的领导带领大家来解决。我真的很希望，把在文化革命中我们付出沉重的代价，交了学费的东西，拿出来认真复盘，进行学习。我想这对共产党的建设、对国家、对人民都是极有意义的事情。

对于我个人来说，我希望未来世界能够太平，这样可以使中国在这个和平的环境中能够不断地改革进步，中国老百姓不仅生活好，而且综合素质都能够有所提高。这些年，国家的财力、老百姓的素质都已经有了突出的提高。再有几十年的太平时间，对中国、对中国人都是太珍贵了。

当然，我除了希望家人们都能够平安幸福，我最衷心地祝愿联想旗下的同事们都能生活得幸福。

柳传志

我，立志带领赛维LDK成为世界级企业

亲爱的读者：

"阳光照亮未来"，是我们赛维LDK的宏大愿景，也是我个人对未来的展望。

从我决定进军光伏行业那天起，我的人生和未来注定和光伏是分不开了。我和我们赛维人也在为光伏行业的大发展，为"阳光照亮未来"而努力着，现在看来，这一天不会太远了。

随着世界经济的发展，能源危机日益显著，油荒、气荒、传统化石能源短缺问题迫在眉睫，这个时候，太阳能特别是光伏发电的优势就愈加凸显了。

首先，传统化石能源有其稀缺性，会越用越少。可再生能源是可再生的，比如阳光，在可预知的几十万亿年是一直可持续的一个能源来源。包括我们使用的化石能源都是过去的太阳能形成的，它的可持续性是非常重要的。

第二，从环保来说，化石能源不同程度会带来各种环境问题。太阳能是清洁能源的典型代表，比如它发电的过程无声无息，没有任何污染排放，不会给环境造成压力，反而有助于减少蒸发量，有助于水土保持和沙漠治理。



彭小峰
赛维LDK董事长

第三，从成本角度来说。随着化石能源越来越稀缺，成本是不断上升的，开采难度会越来越大，我国煤炭煤矿开采中经常出现各种各样的事故，它的开采成本将越来越高。而太阳能特别是光伏发电，目前最大的优势是它的成本在不断下降，技术在突破，工艺在不断成长和创新。我预计按照现在国际光伏市场的发展，到2015年，光伏发电的成本基本可以与常规发电的成本持平。

正因为这些，我相信，在未来不长的时间内，光伏发电将逐步取代传统发电的地位。

我们要做的除了用自身力量去推动光伏的发展，争取这一天早日到来之外，就是让这一朵朵美丽的光伏之花绽放在中国。

光伏产业是一个新兴行业，发展非常快。这个行业需要进一步的发展，需要更多的行业间技术合作和产业链合作，包括市场的合作、技术的合作和人才的合作，这个行业是一个需要充分合作才能发展起来的产业。未来五年是非常关键的五年，随着不断有技术、科技人员投身到这个行业，不断有更多资金投入这个行业，特别是这次我国把新能源作为七个战略新兴产业提出来加以支持和扶植，相信对我们这个行业的发展会起到非常大的作用。产业间互相支持、互相合作、产业链之间的配套，可能会成为我们未来很长一段时间里发展的核心和重点。

中国在光伏行业最有可能创造出世界级的企业，而我，立志于带领赛维LDK成为这样的企业

众所周知，中国在很多行业，比如IT、生物医药的发展上，与世界相比，是有很大差距的，中国要在这些行业发展出像英特尔、IBM这样的世界级企业非常困难。光伏行业不一样，中国光伏业者与国外企业处于同一起跑线上，中国在光伏行业最有可能创造出世界级的企业，而我，立志于带领赛维LDK成为这样的企业。

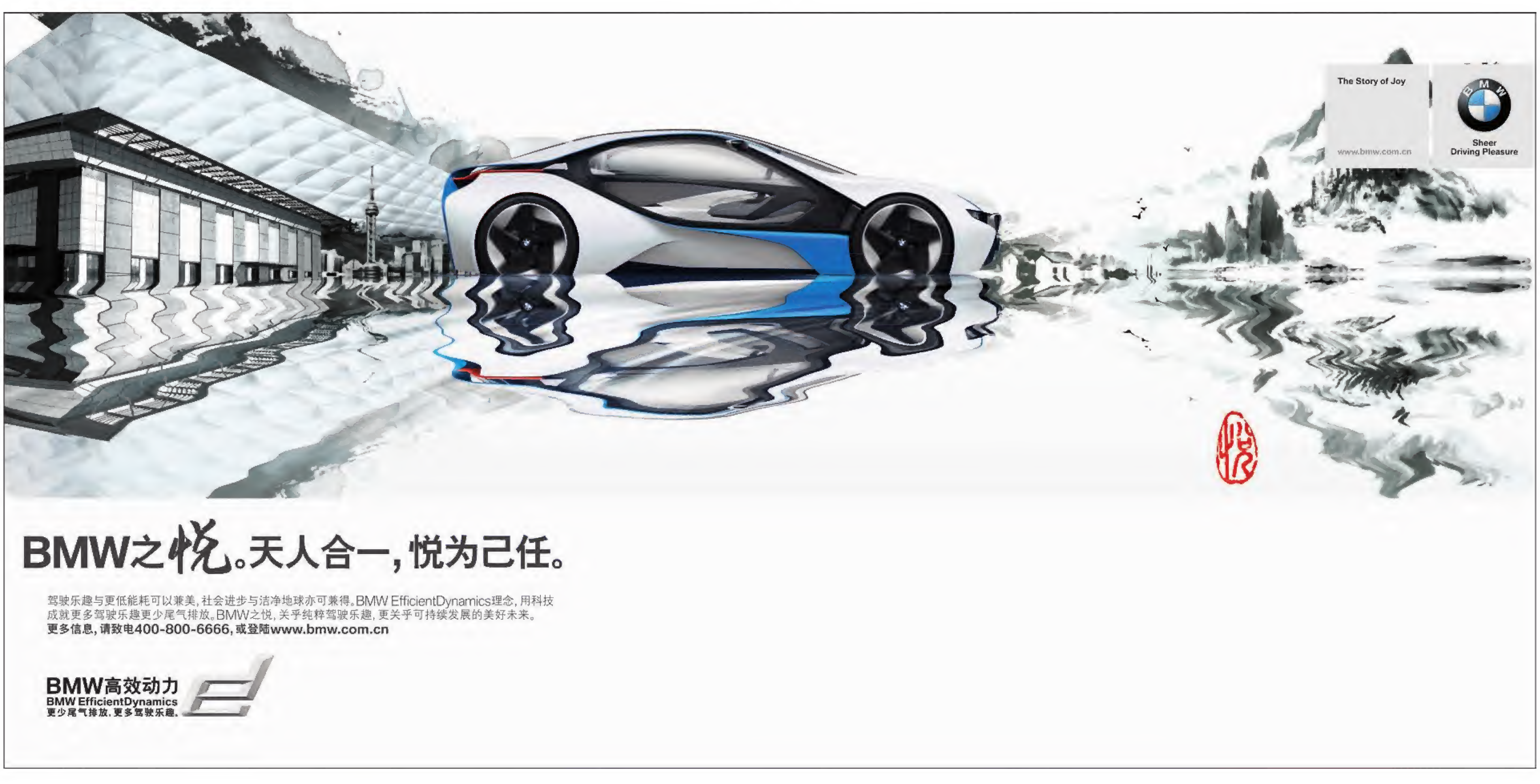
今年是赛维LDK成立五周年。五年前，现在的赛维全是荒山，当时没有多少人知道太阳能，更不要谈"光伏"。通过我们的努力，五年内我们建成了世界上最大的光伏硅片企业。

过去的短短五年，赛维LDK从2006年投产，2007年成为亚洲第一，到现在的全球第一，如今已发展成为一家集太阳能多晶硅料及化学品、硅片、电池、组件的研发、生产、销售和光伏工程建设为一体的高新技术光伏企业，有力地改变我国光伏产业链"头小尾大"的局面，对完善我国光伏产业链、提升中国光伏产业在世界上的话语权和影响力具有重大而深远的意义。

现在，面对光伏产业飞速发展、市场竞争日益激烈的环境，赛维LDK确立了新的战略目标，并且正不断地朝着战略目标奋力迈进。赛维LDK通过资本为纽带，整合产业链，已经初步形成专业化、市场化为一体的事业部架构，形成哑铃型的产业发展模式，在上游的硅料、硅片领域和下游的组件领域保持和发展规模优势，是赛维未来发展的重点。

在未来的五年，借助行业的发展机遇，赛维LDK有信心成长为一个销售额过百亿美元的公司，成为世界光伏行业关键材料及产品的领袖企业，赛维LDK有信心成为光伏行业第一品牌美誉度、第一营运能力、第一研发创新能力、第一行业发展能力的世界级光伏科技领袖企业。同时，也希望"阳光照亮未来"的宏大愿景早日实现。

彭小峰





我心中的“理想国”

亲爱的读者：

非常“高兴”地收到约稿信函。实话说，“高兴”其实是一种负担，一种来自于写作或是发表的文章给我的压力。

但是当我仔细阅读了约稿说明，我就不自觉地去研究了字里行间——《国家意愿的私人读本——60个人的未来期待》，编辑期望我还有其他的作者“能够把自己现在的生活状况、日常的喜怒哀乐，尤其是我心目中对未来的设想、愿景和期望的改变，真诚的分享给我们的读者，话题不拘大小，只要是真情实感、言之有物，都会获得读者的喝彩”。题目的精湛和真诚的邀请吸引了我，让我不得不写出我的真实，成为我分享心灵思考的一座桥梁。

掩卷而思，仔细再分析选题涵义——国家意愿、私人读本、未来期待。题目既涉及了时间维度的元素——期待未来，回首过去；又必须由小见大——从个人的微观感受来观望国家的宏观意愿的实质。



李友
方正集团董事、CEO

我是一个农村出生的人，上大学前，甚至是大学毕业，一直都在为如何成为一个“城市人”而奋斗。老家很多人，都因阴冷潮湿生活环境的影响、尤其是卫生条件的欠缺，遭受了免疫系统方面疾病的困扰，苦不堪言。那个时代，农民的孩子永远都要务农，除非考上大学走出农村。而我幸运地成为了那个小山村少数出来上学的孩子之一。

2003年，我有幸进入北大方正集团工作。依托北京大学，方正进入了医疗医药领域发展，重组面临退市、濒临倒闭的西南合成制药总厂。经过方正的巨资投入，尤其是引进了现代企业管理模式，重塑其产品线并打入国际市场，成为我国通过美国和欧盟FDA认证最多的出口企业，产品远销欧美。在北京大学医学部的支持下、方正积极参与国家医疗体制改革，从2004年即开始以参与投资、设计和建设一个具有国际化水平的北大国际医院项目为核心，构建一个全方位、全系列、全产业链的医疗医药服务运营模式。这将是最具中国特色现代化医疗发展模式的尝试，同时也是一个企业立意于服务人民健康的意愿及雄心的体现。

方正不仅依托北大医疗的优势资源参与国家医改服务民生，同时也积极响应国家政策参与到建设“中国特色的城镇化”发展中来，将“惠农惠国”之心真正落实到企业行为。

马克思早在100多年前就指出：“现代化的历史就是乡村城镇化的历史”。党的十六大确定的全面建设小康社会的奋斗目标，其中一个重要方面就是确定了城镇化的任务，中国的城镇化水平要超过50%。党和国家推进城镇化的根本目的，不在于建设多少城镇，而是为了逐步转移和妥善安置农村剩余劳动力和农村人口，为城镇待业、失业人员提供更多的就业机会，满足城乡人民享受城市文明和现代物质、精神生活的需求，也是国家刺激经济发展、促进社会和谐的重大举措。

我们更期待中国的市场化之路不会倒退，各个市场主体能够更多地遵循客观规律行事，各司其职、相互尊重

方正旗下的北大资源集团就将构建有中国特色的城市运营作为其发展目标，参与国家“城镇化”发展行动，将城市化发展与北京大学所具备的教育及医疗资源紧密结合，与政府协同打造综合设施完备、体现人文和谐生活的“健康型、学习型、宜居型”新兴城镇生活区。

方正的今天，已不仅仅“依托北大”、不仅仅“IT”，方正参与在中国“城镇化”和中国医改的企业行为，也或许不单是一个企业将企业优势资源惠及政府、惠及民生的履行社会责任的实践和尝试……也或许，在这些尝试和实践的背后，有来自于那个“考上大学走出农村”、那个“幸运的山村孩子之一”的我，对“医疗体制改革”、“九年制义务教育”、“城镇化”和“保障性住房”等等时令词藻的点点思考、点点响应、点点回报……

展望未来，我们期望现有的社会经济环境能够继续保持基本稳定，我们不愿看到现有政策因国际博弈和国内压力而出现重大变化和突发调整；我们高度拥护汇率改革的渐进策略以及适度宽松的货币财政政策，我们不愿被迫接受人为干预经济规律和市场导向原则出现产业转型带来过度的经济震荡；我们坚定支持政府基于民生主旨的房地产调控和遏制通胀的有关政策，但我们更期待中国的市场化之路不会倒退，各个市场主体能够更多地遵循客观规律行事，各司其职、相互尊重……我们呼吁未来中国的收入分配改革、减少贫富差距，我们更呼吁企业和企业家、政府和政府官员在通胀可能长期化的大背景下，不断提高企业员工待遇和福利水平同样是我们大家都不可推卸的社会责任。

国家意愿的实现，需要许许多多的“我”和“我们”以身作则、身体力行的去实践。老吾老，以及人之老；幼吾幼，以及人之幼。我期待这个国家的人民都远离贫穷、衣食温饱；我期待我们的孩子都享受良好教育、成为知恭谦礼的孔孟之后；我期待全中国的病人能够真正有病就医、享受国家医疗体系和社保体系提供的良好医疗保障服务；我更期待我的国家“城镇化”进程多快好省，有更多、更好、更廉的保障性住房“大庇天下寒士俱欢颜”——这就是“我”，一个生于农村、长于农村，又经历了“城市化”改造的一个“个人”盼望“国家意愿”实现的美好憧憬，那就是“小康”。

因为，有了“小康”，我们才会真正拥有在这个国度生存下去的“衣食住行”和提升生存品质的接受教育和医疗的权利。

或许，这就是我心中的“理想国”！

李友

三十之后再出发

各位华强同仁：

时间如白驹过隙，21世纪的首个10年即将结束。深圳经济特区已是三十而立，而对于我，在经历南下深圳、深大求学和华强工作之后，2011年我也迎来了作为深圳人30周年的日子。

从青春年少到华发渐生，在这人生最宝贵的30年里，孕育了我对深圳、对华强太多的感情和感受。承蒙《经济观察报》看重，让我以写信的形式，谈谈我对未来的期待，这又令我颇费踌躇。感谢深圳三十周年时组织的“深圳最有影响力十大观念”评选活动，我也就借此搭个便车，将我由此引发的一些感想和看法，与华强同仁和《经济观察报》读者共同分享。

谨录获评的十大观念如下：“时间就是金钱，效率就是生命”、“让城市因热爱读书而受人尊重”、“空谈误国，实干兴邦”、“送人玫瑰，手有余香”、“深圳，与世界没有距离”、“改革创新是深圳的根，深圳的魂”、“敢为天下先”、“实现市民文化权利”、“鼓励创新，宽容失败”、“来了就是深圳人”。这些曾经让人热血沸腾口号，映衬着那段激情燃烧的岁月。

深圳有句口号，叫三十之后再出发。我想，从边陲渔村和筚路蓝缕的特区拓荒，到“北上广深”并称的都市，深圳的伟大在于这些观念后面，包含着的深圳人的创新精神、求实精神、拼搏精神。而深圳的未来，仍有赖于这些观念以及由此凝结而成的城市精神的发扬光大，依赖于我们每个深圳人，每个深圳企业现在和将来、时时刻刻的努力与创造。

“来了，就是深圳人”。1979年，华强从粤北山区来了，成了深圳的企业；30年前我来了，成了深圳人；在这人生最宝贵的30年里，我把自己的命运与深圳的命运联接在一起。

我感触很深的是“时间就是金钱，效率就是生命”。我来到深圳的时候刚18岁，当时我和周围朋友们一样，大家都没有时间闲扯，都是忙忙碌碌、不断学习、不断工作。当时，深圳只有一路公交车，我们出门主要靠走路、骑单车，虽然工作生活很艰苦，但大家都在读电大、夜大。

我始终信奉“空谈误国，实干兴邦”。华强有个传统，不管学什么，什么学历，都要先到工厂的生产线锻炼学习。我到华强时，先在华强三洋下面的注塑涂装厂的车间工作，注塑都是要靠计算机控制的，我学的专业也派上了用场。当时，我就琢磨着利用计算机知识改善工艺，提高产品合格率。后来，我调到了厂部的生产计划部，那时候，我利用业余时间苦战40多天编写统计管理的软件，使注塑厂在整个华强集团率先引入了计算机管理。华强的今天，是每个华强人踏踏实实地干出来的，而我也很高兴的，是华强不会让认真干活的人埋没，有为必定有位，有位就有更广阔空间任你挥洒。

深圳作为年轻的都市，“改革创新是深圳的根，深圳的魂”，唯有创新才能实现超常规发展。“华强北”被誉为“中国电子第一街”，但1980年深圳经济特区成立时，华强北街所在的地方只是一片高低不平的池塘、田地和山区，后来逐渐转变为工业区，聚集了华强以及赛格、中电、爱华、达声、京华等以生产电子、通信、电器产品的企业。1998年，我们把华强三洋的生产大楼整体改造为华强电子市场，由此迈开了华强从制造业向电子信息产业服务业的升级发展的步伐。

我很高兴地看到，“深圳最有影响力十大观念”中，还包括了“让城市因热爱读书而受人尊重”、“实现市民文化权利”、“送人玫瑰，手有余香”，它们或多或少与华强从事的事业相关。因此我想，我们创新的方向是正确的。

伴随着特区的成长，华强集团从电子制造业起步，经历与三洋合资，转型发展电子市场，开拓文化产业，已转型成为一家以高科技为主导的大型投资控股公司。作为企业的掌舵者，每回顾华强在面临企业发展转折或战略决策时刻，仍有战战兢兢，如履薄冰之感。我认为其中关键的是“鼓励创新，宽容失败”，华强早期发展很迅速，靠的就是创新。但是，“鼓励创新”并不稀奇，“宽容失败”才最关键，没有宽容失败的心态，创新就会裹足不前。

2002年，华强决定投资成立华强电子网。当时，管理层抱的心态是，鼓励它去闯去试，不要怕失败，给他们3年时间大胆尝试，如果3年后起不来，我们可以心甘情愿的退出。事实上，正是我们这种对失败的宽容，让华强电子网成为国内行业电子商务网站排名第一、全球排名第二的电子商务平台。

我也想说，创新源于观念的转变，但观念的转变真的很难。华强发展文化产业历经十年，刚开始也并不顺利，但我们坚持下来了。我们也是不断地去探索，先做计算机系统集成，发现没有这方面的竞争优势，又转而做旅游设备制造商，但这也是挣辛苦钱。怎么办？我们必须有自己的技术优势！后来，我们决心坚持自主创新，研发高科技含量的文化产品。

1999年深圳举办首届高交会，华强将一些先进的技术成果参展，其中一个主打项目是虚拟演播室，用这种技术，演员可以在不到现场的情况下，模拟出“身临其境”效果。这个技术在高交会亮相时属于国内首创，非常吸引观众的眼球，展台前人头攒动拥挤不堪，但是这个新奇的技术也就是让现场的观众看了个热闹，没有市场需求，一个订单都没有。事实给华强人的教训是，再先进的技术，也必须转化成用户能够使用的具体产品。

2000年，华强文化科技实现“墙内开花墙外香”。华强带着具有自主知识产权的4D电影成套设备到美国奥兰多参加“国际娱乐游艺园协会”举办的展会，产品一炮而红。深受鼓舞之余，华强决定在美国注册公司，产品先在国内生产，然后散件运往美国的公司进行组装配套，为容易被西方客户接受，根据美国一位雇员的意见，取fantastic和wild单词而组合为Fantawild的注册名字。国际市场打响后，“出口转内销”发展就比较顺利了。

2004年，华强提出“用高科技技术创新服务业”的理念。2007年，芜湖方特欢乐世界开始营业，这是中国第一个完全自己规划设计、建造的高科技主题公园。

十年磨砺，伴随客户的需求的深入，华强已形成了主题公园、数字动漫、特种电影、网络游戏、影视制作等多样化的产品结构，获得国内外专利和版权200多项，打造出了集“创、研、产、销”的一体化产业链。我可以自豪地说，华强已初步探索出了一条“文化+科技”产业发展模式，华强正遵循多元化、规模化、国际化战略快速发展。

我们也努力成为“深圳，与世界没有距离”的践行者。我们将努力推动中国文化走出去，用国际语言讲中国故事，让世界接受中国的观念、中国的文化。

关于中国文化创意产业的未来。



梁光伟
华强集团董事长

我想先举个例子，3D电影《阿凡达》创下了近30亿美元的全球票房纪录。另外一个是，如果说功夫是中国的、熊猫也是中国的，《功夫熊猫》则是好莱坞的，这部动漫电影的全球票房是6.3亿美元。如果说这个行业的前景充满光明与希望，对中国文化创意企业来说，则是背负着艰巨的使命与责任。

对于文化创意企业来说，我想说，你必须“敢为天下先”。因为，弘扬与传播中国文化，是我们的使命与责任。作为特区城市的企业公民，华强的未来，是学习迪斯尼、超越迪斯尼，从中国制造到中国创造，打造具有核心竞争力的中国文化产业航母。面对即将来临的新的十年，我们任重而道远，但我们已经在路上。

梁光伟

拥有域名 拥有财富

每天，全球数十亿消费者和企业依靠威瑞信进行商务和通信活动。VeriSign® 域名注册服务支持业内扩展性及可靠性最高的解析和注册系统，以便互联网用户能够畅行无阻。

我应当注册多少域名？

域名是提升您的在线身份和保护您的品牌的最有效、最经济实惠的一种方式。通过建立域名组合，可以让人们更容易找到您，并更有效地将他们引向最相关的内容。如果您为您的网站注册了“samplebusinessname.com”域名，则还可以为您的内部基础架构追加注册“samplebusinessname.net”，为您的多媒体内容追加注册“samplebusinessname.tv”，为您的招聘和人力资源部门追加注册“samplebusinessname.jobs”，如此等等。很多公司还会注册域名的变体，例如“samplecorporatebrand.com”或“businessbrandsample.com”。域名可以指向一个网站，也可以指向网站内不同登陆页面。当您可以拥有域名时，为什么要购买关键字广告？

我应为我的域名注册多长时间？

域名可以注册的期限为1到10年。十年从现在看似乎是很长的时间。但是，如果域名过期，您将完全失去与互联网的联系。人们将无法访问您的网站，电子邮件会弹回给发件人，而别人则可以注册您的域名。域名过期之后，即使您的注册商能够检索到您的域名，但若要让网站恢复在线，也可能需要几天时间。

威瑞信经营哪些域名注册？

威瑞信独家经营.com和.net，以及.name、.tv和.cc的域名注册。他们还分别代表EDUCAUSE和Employ Media提供.edu和.jobs的注册服务。ICANN始终与威瑞信保持着经营.com、.net的注册协议和.name ICANN存档注册协议。威瑞信向超过900个ICANN授权注册商提供注册和解析服务，这些注册商每天提交超过1.5亿笔域名相关交互活动。



想立刻知道您想要的域名还在不在？
编辑短信 人人都用 com + 空格 + 您想要的英文域名，例如 人人都用 com abc.com 或 人人都用 com abc.net，发送到12114（仅收短信费0.1元/条，可包含在短信套餐内）。



未来十年 我们满怀憧憬和期待



赵刈/插图

杨向东
凯雷投资集团董事总经理

中国需要在一些前沿性的领域、自身目前还不够强大的领域，做出开拓性的工作

亲爱的读者：

站在一个投资人的角度来看，我对中国的前景并不担忧。从目前的形势来看，要想维持经济可持续发展，减少国民经济对外的依赖性，并提高人民生活水平，不断扩大内部需求具有高度的战略意义。前不久出台的“十二五”规划给了我们足够的信心，其中以很大的篇幅强调了“坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展”，我想，很多人和我一样，“十二五”规划给了足够的期待和憧憬。

年底的很多现象都引起了大家的热议：汽车4S店里等候数月还没能提到车的长长名单，网上购物热流涌现带来的物流告急，都展示出了内需增长的强劲势头。

从这些现象我们看到了美好的未来。内需领域所具有的鲜活的商业力量，势必带来新的机遇和变化，孕育着大量的投资机会。

“十二五”规划中明确强调了要调整优化投资结构，发挥投资对扩大内需的重要作用，有效拉动经济增长，要引导投资进一步向民生和社会事业、农业农村、科技创新、生态环保、资源节约等领域倾斜。

在这一方面，私募股权投资无疑是可以一展身手的。从社会结构来看，中国人口基数最大，劳动力资源成就了“中国制造”。现在，人口的消费优势已经开始显现。在未来的15–20年里，随着更多的产业建设、产品升级和消费需求，内部需求将会不断保持增长。

随着中国经济的发展和城乡居民生活水平不断提高，消费者对衣食住行有了更高的要求。PE投资于内需，是既满足民生需求，也能给投资者带来好的回报。

正是顺应内需启动的大势，从我本人的观点来看，在投资于内需时，未来有几个领域都将大有可为。一是最基础的第一产业，这是经济发展和社会稳定的根本，如农林牧渔；二是一些新兴产业，其潜力大，但是基础薄弱，具有一定的未知性，需要有开拓精神，如医药、金融、新能源等；三是在地域上，要由东向西，实现区域平衡发展，如新疆、四川、重庆等地，无论是市场需求、资源储备，还是对投资的热情，都具有相当的吸引力。

在工业化、城镇化不断深入的今天，城乡差别、贫富差别日益扩大。如果没有一个强大的第一产业作为基础，再豪华的经济大厦也如同一个倒金字塔——薄弱的根基随时会给它带来致命的打击，而且造成的社会影响也将是广泛的。

未来十年，乃至更长的时间里，中国需要在一些前沿性的领域、自身目前还不够强大的领域，做出开拓性的工作，才能立于世界经济的潮头。例如，医疗保健行业，随着人们生活水平的提高、随着老年化时代的到来，必将有极大的需求和提高空间；金融服务是附加值很高的产业，随着中国与世界经济的日益融合，建立强大的金融服务产业刻不容缓；新能源产业方兴未艾，中国很有可能成为这一领域的第一方阵成员……

前面我也谈到，中国强劲的内需对经济的拉动能力是令人鼓舞的，这其中也包括孕育着巨大增长潜力的西部地区。具有深厚文化和历史积淀的西部地区，无论是新疆，还是四川、重庆，都具有得天独厚的地域性投资价值。

在中国从事投资这么多年中，我们和投资人们会不禁时常感慨，很幸运在中国经济发展处于转型期能够参与其中。对于未来十年，我们心中满怀着憧憬和期待，期待通过我们的行业经验和努力，可以帮助企业、所投资的产业实现发展方式的转变；期待在满足中国不断增长的内需的同时，帮助中国企业开拓国际市场；期待在实现企业自身发展的同时，加强企业的社会责任，实现真正可持续、长期的良性发展；当然也期待最终我们也能提交给我们的有限合伙人一份满意的答卷。

杨向东

我们的根在中国

亲爱的读者：

期盼已久的2010年转瞬又至岁末。这一年，中国进一步彰显全球影响力。2010年上海世博会的成功举办充分体现了中国的智慧、决心和活力。

2010年同样也见证了全球经济新秩序的建立，再次体现了全球市场重心的东移。毫无疑问，作为亚洲崛起的推动力量，中国正引领这一史无前例进程的推进。东方对全球的文化和社会影响力正伴随其经济影响力与日俱增。

此次始于西方的全球金融危机进一步体现了亚洲经济的韧性和中国经济的实力。预计截至今年末，中国吸引的FDI将高达创纪录的1000亿美元。

中国不断增强的经济影响力也体现在人民不断改善的生活水平之中。大众的收入日益提高，对于理财规划的需求也越来越多。汇丰开发的各种产品和服务能够帮助中国客户保证财务安全，实现财富增长。

今年，中国超越日本，成为全球第二大经济体。这一年不仅体现了中国的发展速度，也反映了中国对于可持续发展的进一步重视。在实现这一目标的进程中，我们看到了气候变化相关业务的机遇，也有责任为环境保护做出贡献。

未来，汇丰会继续支持更多的环境项目、捐赠更多的财物、参与更多的教育活动，全心全意支持中国的可持续发展。毕竟，一个国家的整体发展不仅取决于它的经济实力，也有赖于人民的健康和福祉。

同样，我认为，中国的成功也能够体现汇丰的成就，因为我们一直参与推动市场和社会的发展。而上海的国际金融中心建设即是政府工作的重心之一。许多人都知道，汇丰的全称是“香港上海汇丰银行有限公司”，这个名字既包含了“香港”，也包含了“上海”，这证明了我们的根在中国。

为了能够跟上不断变化且互相联系的全球经济发展，汇丰正充分利用在中国和全球其他地区的联动网络。而在中国，汇丰最为充分地彰显了其“环球金融，地方智慧”的特质。我祝愿中国来年继续保持活力。汇丰坚信，中国将保持稳定和强劲的增长——实现人与环境和谐共存，社会和谐发展。

黄碧娟



肖利亚/插图

中国正引领这一史无前例进程的推进，东方对全球的文化和社会影响力正伴随其经济影响力与日俱增

黄碧娟
汇丰银行(中国)行长兼行政总裁

全球化与专业化的
华文财经传媒

《经济观察报》秉承“理性、建设性”理念，服务于商业、财经的中高层决策人士及政府和知识界人士，为他们提供新兴的、行动能力强的价值观和生活方式。



2011年，经济观察报社将在南京、武汉、西安新增三家分印点，八城市同步印刷。更多读者将在第一时间阅读当期《经济观察报》。

欢迎订阅2011年《经济观察报》，全年订阅价格132元
各地邮局均可订阅，邮发代号23-327
征订电话：11185 报社咨询电话：010-64209022-1175
书评增刊每月出版一期，订阅用户专享。

理性，建设性
经济观察报
The Economic Observer

历史留给了我们20年时间



曹彤
中信银行副行长

亲爱的读者：

和大家一样，我的内心也对亲爱的祖国的未来寄予非常美好的希望。那希望恰如梁启超先生在其传世名作《少年中国说》中所言，“红日初升，其道大光。前途似海，来日方长。”

但现实世界又必然不同于主观愿望和想象，这份期许又应该在现实条件下的期许。当我们许下一个愿望，我们就会等待未来的实现，只不过我这份愿望拉长了时光的横轴，延伸去了20年之后——那时已经是2030年。

那一年，中国人口的平均年龄将超过40岁，我们这些60年代“婴儿潮”出生的壮年一代都将老去。而那时的印度和巴西，却在30岁左右。

20年后，国内也将面临思想多元化的挑战。届时，社会生活的主体是2000年后出生的人，社会建设的中坚是80后和90后，50到70后一代坚守老去的观念。但80以后的一代，由于经济基础多元化的趋势不断强化且不可逆转，注定了会呈现出思想文化的多元性。更为挑战的是，能否有效形成一种社会各方都基本认同的主流文化和思想，能否有效防范民族归属感的分裂。

世界经济也将面临重心转移的挑战。届时，因为劳动力价格和资源蕴藏量的比较优势，印度、非洲、拉美的经济将持续快速增长，会形成新的全球加工制造中心和日用品消费中心，世界经济的重心将很可能逐步转向印度洋和南大西洋，恰如近三十年来由北大西洋逐步向太平洋转移一样。

那时候，世界政治新老势力面临转换。G7已经明显没落，BRIC、E7等各种代表新兴经济体的力量，将成为世界的主宰。今天新兴国家保持着20%左右的复合增长率，而发达国家只有12%左右，静态看前者超过后者只需7年时间。放眼20年，世界势力格局的逆转注定发生。在核武时代如何完成这一转换，人类还从未经历过。

我们是要在上述四个大的外在限定性条件下，寄语未来的中国。我们大体只有20年左右的黄金时间，我们要完成以下历史性的重任。

我们走过的是自我积累的模式，无法与历史上靠掠夺起家的几大欧美帝国相类比。最可参照的恐怕是战后的日本。日本在二战后走过了40年辉煌的发展期，从战败小国一跃而为全球经济第二强国。但90年代以后，突然失落了20年。但我们依然赞叹其在短短40年跨度内，竟积累了如此雄厚的国民财富和产业竞争能力，竟能在内忧外患下仍将第二经济强国的地位继续保持了20年，为国家的重新调整和复苏赢得了时间。

> ***在以主权国家为核心的现代国际关系体系中，一切抛开国家利益的所思所想都是空谈和妄念***

历史还留给我们20年的时间。成为第二经济强国不应仅仅意味着GDP，必须要化成国民财富积累，化成可持续自我发展的经济模式，化成和平年代能征战全球的成批量的国际性企业。

尽管中国的内需市场巨大，经济腾挪的空间较多，但随着老龄化的加剧，其边际效应终将步入衰退期。从长远来看，能否构建强大的国际经济竞争力，是应对老龄化、应对地缘经济地位弱化的根本保证。日本虽陷入失落的20年，但却拥有一流的科技研发能力、一流的国际先进产业和产品的驾驭能力、一流的跨国企业经营管理能力，保证了日本有效参与国际间超额利润的分配。

中国作为发展中国家的标志，必然成为发达国家阵营遏制的首选。除构建强大的国防和军事保障能力外，别无应对他途。尤其随着世界经济重心的逐渐转移，中国必然越来越多地远离国土、介入到印度洋和大西洋领域，届时，除保卫陆疆和海疆外，还要突出保障我们在全球的经济利益。

在全球军事工业被封锁、周边多个海域被围堵、个别陆路接壤国家被利用的不利环境下，我们仍需要独立自主、自力更生地完成国防建设的使命，形成我们独特的军事防御体系和远程保障能力。

思想文化的多元化是未来二十年社会主流价值观构建的主要挑战。一方面，尊重个性化思想会成为社会主体人群的共同愿望；但另一方面，失去社会主流价值观，又会导致社会力量分散。尤其需要警惕的是，中华文明以“儒、道、释”为核心和载体，迥异于以基督教和古希腊文明为核心和载体的所谓“普世价值观”或曰西方文明，如中华文明被同化，将意味着中华民族价值观认同的消亡，意味着中华民族的消亡。

无疑，我们需要构建一种儒家所倡导的“和而不同”的主流文化思想。“和”，是中国特色社会主义的核心价值观，是中华文明的核心价值观；“不同”，是兼容各种世界文明，兼容所谓的“普世价值观”。但“和”为主、为体、为中心、为不变，“不同”为辅、为用、为外围、为变，两者相互呼应，构成主体文化明确而持久、外围文化多样而翻新的社会主流价值观体系。

上述是未来二十年中国要完成的历史使命，也是我们这一代人的历史重任。在以主权国家为核心的现代国际关系体系中，一切抛开国家利益的所思所想都是空谈和妄念。我们只有坚持自己的理想与道路，坚持我们成功所依托的唯物史观、民族精神和中国模式，才能真正以强者的姿态屹立于民族之林。中国的未来在我们自己手中，中国的未来要靠我们自己创造。

曹彤

智慧地挣钱 理智地享受



徐浩
中债信用增进公司执行总裁

亲爱的读者：

此刻的我身在金融街，但心却飞向了街内外。很多年来，不能静下心来品味金融街的百味人生，难识其中渊源，难辨个中是非。在高楼丛生的金融之街上，灯火依旧灿烂，权贵与精英们依然往来匆匆、忙忙碌碌。

在金融街讨生活，很平凡的自己，在一个不平凡的公司，做着很有意思的事情。金融市场从来就不缺少想象力和激情，不缺乏冒险家、投资者和投机者。每天从复兴门到阜成门这短短一公里的金融街上，是欲望驱使着川流不息的人群。人的贪欲与资本的贪婪交织成景，人性的道德光辉与丑恶并存并行。无形的市场，聚集了数不尽的数字财富和市场奇迹，新的平台、新的产品、新的价值总会适时出现并生机勃勃。于公，在法律、政策、监管不确定的环境里，在行业标准、经营规范不明晰的情况下，黑夜中求索，孤独的前行。于私，个人生命的价值和生活的质量，已紧贴在公司经营与生存的正常与否之上。追逐名利的本能冲动与欲望总是在理想的很远处徘徊，个人的所得总达不到心里的预期。被人议论、指责甚至否定的声音刻留在心底，说不出的委屈、迷茫、孤独总在深夜里清晰。

希望在经历一系列痛苦后，收获那种真正愉悦的结果。希望市场这只看不见的手把功能发挥到极致。金融市场上所有参与者都智慧地挣钱，理智地享受。

而这条金融街的传奇本就应是资本和人性之间的演绎，资本的精神与人的本性在这里交叉重叠、相得益彰，最终给社会带来进步和繁荣。

我期望在不远的将来，金融精英们的本性会更酣畅淋漓地表现出来，这种本能的追逐名利的冲动，特别是对财富的占有欲望，会最大限度地激发人的智慧和潜能，会玉化成一个个生动的美丽标本，将延续着金融街更多的传奇和故事。

我期望在不远的将来，资本冒险和贪婪的天性得以充分释放，资本的配置更加高效，资本的力量更大程度的被激发出来。同样，人本性中追逐名利的冲动和价值实现得到理解、尊重和大力宣扬。

我期望在不远的将来，金融街不仅仅是一个简单的地理名词，它会成为一个金融精英的精神归宿，一个中国资本市场和经济实力的象征，一个真正的世界级金融家园。

用什么记住和证明那些为金融创新、金融发展付出许多甚至是毕生精力的平凡的或者传奇式的人物呢？我期望看到一座博物馆、一尊雕塑、一卷影像……用以记录那些多姿多彩而又荡气回肠的历史，用以探究人性善良的光辉与逐利的贪婪，用以纪念在沉浮兴衰中特立独行、英姿勃发的人们。

金融街的故事越来越多，金融街的旗帜迎风飘扬，最后会有无数的传说与传奇，积累成为金融街生生不息的生命与活力，沉淀为金融街不朽的灵魂和绚丽的风景线。

徐浩

路虎揽胜 极光EVOQUE中国完美首演 奢华登陆广州车展

2010年汽车界的最后一次盛会——第八届广州国际车展上，世界顶级奢华品牌、豪华SUV领导者路虎为中国消费者带来了全新揽胜EVOQUE国内首演，并首次公布了揽胜EVOQUE的中文名字--极光。揽胜 极光EVOQUE携巴黎车展全球首发后引发的全球追捧之势，领衔豪华升级的路虎家族2011年款全系车型，以超豪华阵容亮相，使路虎展台当之无愧地成为2010年广州车展最大的亮点。

揽胜 极光EVOQUE和揽胜 极光EVOQUE Coupe型格登场

极光是至为神秘瑰丽的奇观，它壮丽炫目、摄人心弦，代表着黑夜与晨曦的交织，过去与未来的碰撞。它是新锐势力的启现、新规则的制定者，如同揽胜EVOQUE，是为新时代而闪耀的创意之光，带来心灵的激荡和震撼，点燃驾驶者血液中奔腾的灵感和激情。

尽揽世界之创想，成就极致之美学！揽胜 极光EVOQUE和揽胜 极光EVOQUE Coupe是在轰动2008北京车展的LRX概念车基础上推出的量产车型，完全忠实于LRX概念车独特而又振奋人心的精神。 通过将原概念车设计的非凡姿态和动感外观与多功能性完美结合，揽胜 极光EVOQUE重新诠释了时尚新锐的SUV设计理念，为豪华精致SUV细分市场带来时尚新风。揽胜 极光EVOQUE的目标消费群为热衷创新、睿智果敢、激情洋溢、积极自信的走在时代最前沿的社会新贵和时尚引领者。它遵循创意和面向都市人群的设计导向，是迄今为止体积最小、重量最轻以及最具燃油经济性的揽胜车型；同时秉承揽胜的核心价值，完美继承了其家族精致工艺、豪华特性、高端性能和引以为豪的全天候、全地形能力。

凸起的挺拔腰线、精雕细刻的细节设计、贯穿车身充满力量感的侧翼，以及悬浮式车顶独具特色的锥形设计，造就了揽胜 极光EVOQUE极富动感的轮廓与满溢力量感的姿态。同时，在引人注目的外表下，延续了揽胜内饰一贯的高品质选材与优雅设计，工艺极致奢华。

在路虎引以为傲的性能方面，揽胜 极光EVOQUE兼具强劲动力及流畅操控表现的高品质，为消费者带来完美的驾乘体验。它配备了当前先进的新型240马力2.0升Si4（高效涡轮增压）汽油发动机，与功率相当的其他传统大容量发动机相比，节油的同时可实现二氧化碳减排高达20%，再次实践着路虎品牌可持续发展的理念。

路虎中国瑞德夫表示：“揽胜 极光EVOQUE的面世预示着揽胜向前迈进了一大步。它不仅为揽胜注入了新的活力，也忠实再现了揽胜40来完美传承的极致奢华与卓越性能。”







路虎家族2011年款系列车型精湛升级 齐整亮相

于11月在全球同步上市的代表SUV领域最高水准的2011年款路虎系列车型在此次车展中亦大放异彩。综合能力业界领先的第四代发现，紧凑型豪华SUV的标杆神行者2代，到世界公认完备、顶级奢华的揽胜，以及动感与奢华相得益彰的揽胜运动版均获得精湛提升：性能更全面，细节之处更为别致，整车的奢华感进一步突显。此外，黑白版第四代发现限量车型也成为路虎展台的焦点之一。

2011年款路虎全系车型在设计上力求融入更多奢华与科技感。大灯导入全新LED灯环与两条式LED转向灯；正面进气格栅变为多边形镂空条幅。内饰方面则更加注重材质的升级。2011年款神行者2代还全新引入了2.2升SD4柴油发动机，最大输出功率为140Kw，最大扭矩达到420Nm，分别比较早之前的2.2升TD4发动机增加30Kw和20Nm。百公里耗油为7.0升，实现综合二氧化碳排放量185克每公里，分别较之前提升11.4和13.6个百分点，见证了路虎在可持续发展方面的不懈努力。

实践长期承诺 持续为中国消费者奉献顶级产品和服务

路虎一直专注于顶级豪华SUV的生产和研发，业界顶尖的技术和专业经验确保路虎生产的产品是真正拥有纯正血统的全地形汽车。11月4日，揽胜在诞生40周年之际迎来了其第100万辆产品的下线，这是品牌发展过程中意义非凡的时刻。而适逢其时地推出揽胜 极光EVOQUE这款极具时尚感、设计感、个性的揽胜新车型，可以说是路虎汽车继往开来、突破发展的信号弹。

经过持续多年的市场深耕，中国已成为路虎全球第三大市场。截至11月底，2010年路虎在中国的销量已经超过了20000辆，同比增长103%。对于此次揽胜 极光EVOQUE在广州车展上引发如此强烈的反响，捷豹路虎中国常务副总裁瑞德夫表示：“中国消费者的喜爱和认可给了我们更大的信心。我们将呈现更多更好的产品，不断投资中国市场，发展经销商网络、加强服务团队建设，致力于为中国消费者带来最高端奢华的服务和服务，实践我们的长期承诺。”

路虎背景资料

全球奢华顶级品牌路虎(Land Rover)自1948年诞生之日起始终致力于打造能够卓越应对各种路况的全地形汽车(Finest All-terrain Vehicles)。经过六十余年的发展历程，路虎已经成长为拥有全系车型、备受全球尊崇的奢华SUV领导者，其轻松驾驭各种路况的强大、全面性能(Breath of Capability)卓尔不群、享誉业界，销售屡屡刷新历史纪录。

作为世界上唯一专门生产顶级全地形汽车的奢华SUV品牌，路虎积极倡导尊贵、奢华的现代生活方式。全球首款全功能豪华SUV，路虎揽胜于2010年迎来40周年纪念。同时，路虎始终积极投入于环保、野生动物保护、二氧化碳减排补偿计划（CO2 Offsetting Program）等可持续发展领域，并与全球多家环保和人道主义组织保持有长期而形式多样的相关合作。2010年7月，路虎发布史上体积最小、重量最轻、燃油经济性最好的车型--揽胜 极光EVOQUE，充分表明路虎在产品技术、环保节能等方面的未来发展走向和坚定决心。

2003年，路虎公司在中国设立办事处。2010年，路虎已先后将旗下2011年款路虎揽胜(Range Rover)、路虎揽胜运动版（Range Rover Sport)、路虎第四代发现(Discovery 4)和路虎神行者2代(Freelander 2)带入中国，为广大中国消费者提供丰富、全面的产品选择。2010年3月，路虎卫士(Defender)在中国市场正式上市。至此，路虎已将旗下全系产品引入中国，充分显示了路虎对中国市场的重视及信心。同时，路虎已在中国成立销售公司，并将继续不断完善授权经销商销售网点，致力于为中国市场和中国消费者提供顶级产品和便捷、快速、专业的奢华品牌体验及客户服务。

AD



陈佐夫
中国建设银行副行长

刘敏/插图

看似平常最奇绝 成如容易却艰难

随着市场化不断推进，监管环境发生变化，这种资本高消耗的银行发展模式很快就会走到尽头，难以为继

亲爱的读者：

岁尾渐近，环顾全球经济，呈现冷暖不均景象。作为世界主要经济体，中国实现了自身经济的稳定和发展，为这略显凉意的世界经济增添了温暖的色彩和希望。中国银行业在推动国家经济增长方面发挥了重要作用，功不可没。试想，如果没有本世纪初中央有关金融体制改革的决策，没有国有银行凤凰涅槃般的股份制改造，中国银行业不可能有今天这样的成就和作用。

展现在人们眼前的中国银行业的成绩单是令人欣喜的：截至 2010 年 11 月，五家大型商业银行总市值接近 5 万亿元，在世界十大上市银行中占了四位。平均资本充足率达 11.7%以上，核心资本充足率达 9.4%以上，不良贷款率下降到 1.3%左右，拨备覆盖率达 190%以上，均超过监管要求。今年前三季度，五家大型商业银行平均净资产收益率（摊薄）达 15.1%，总资产净利率(年化) 达 1.2%，这些指标均达到或超过世界先进银行的水平。值得一提的是，中国银行业的劳动生产率有了快速提高。以建设银行为例，人均资产由股改前不足欧美大银行的 27%，提升到目前 65%左右；人均利润原来只有欧美大银行的 38%左右，现在已达到其平均水平的 2.24 倍。

这些成绩都写在了新世纪第一个十年里。当站在新世纪第二个十年门槛前，面对即将开启的“十二五”规划期，我们应当清醒地看到，尽管我国大型商业银行的总市值居世界前列，但这是在全球爆发金融危机，许多国际著名大型银行遭受沉重打击，出现资本金巨大损失，流动性紧缺和业绩大幅下滑的情况下形成的。与国际先进商业银行相比，我国大型商业银行在盈利能力、创新发展能力、市场竞争能力、风险控制能力等方面，还存在不小的差距。有心人会发现，我国商业银行的利润来源，还主要得益于目前利率管制带来的巨大利差，营业收入中利息收入占全部收入的 75%以上，手续费及佣金收入等非利差收入占比还很低。随着市场化不断推进，监管环境发生变化，这种资本高消耗的银行发展模式很快就会走到尽头，难以为继。因此，加快转变银行业务发展方式，不仅是外部宏观形势要求使然，而且也是银行自身发展的客观必然。

未来，中国银行业发展方式的转变应注重以下几个方面：一是从重公司业务、轻个人业务向批发与零售业务并重转变。二是加快非利差业务的发展，优化盈利模式。三是向低碳金融发展模式转变，退出“两高一低”行业，支持绿色经济、低碳经济、循环经济发展。四是注重国内市场与国际市场的联动，国内业务与国际业务并重。五是传统商业银行业务与创新业务并重。六是优化传统营业网点的同时，更加注重互联网、电视、电话等电子渠道建设。

“看似平常最奇绝，成如容易却艰难。”实现银行业务发展方式转变，需要智慧和辛劳。唯有如此，中国银行业才能获得持续发展，真正成为世界一流银行。这既是美好的愿景，又是不太遥远的将来。寄语同业，也寄语社会各界，我们共同努力！

陈佐夫

下一个五年 渣打充满期待

亲爱的读者：

过去三十年，中国的改革开放成果举世瞩目，然而这期间，中国经济也积累下许多隐患和问题，引起了很多讨论，中国经济发展的可持续性也受到了一定的质疑。然而从近期中央所提出的“十二五”规划来看，在未来 5 年中国经济社会将发生巨大转型。

“十二五”规划将不只是未来五年中国经济发展基本路径的规划，从中我们更看到了中国经济走向全球以及在国际经济舞台上扮演更重要角色的雄心壮志。

在所谓的“后金融危机时期”，世界经济的再平衡已经成为主基调，这也为新兴市场带来新的机会。我非常高兴的看到在十二五规划中，充分考虑了全球经济进入“后金融危机时期”的全新格局，因此十二五不仅仅是中国的经济战略，也可以从中一窥中国全球战略的端倪。

现在，实体经济才是经济发展可持续性的基石，低碳和可持续增长、产业革命已经刻不容缓已经成为后金融危机时期的一些世界经济发展的主题。

这些主题在“十二五”规划都有了明确的反映。那金融行业怎么才能为“十二五”计划做出自己的贡献呢？如果回顾一下金融危机以来中国金融业的表现，我们发现中国金融业没有直接遭受这次危机的重创。有些观点认为开放程度不高，没有引入过于复杂的金融产品。但是在我看来最重要的原因还是中国实体经济多年来的可持续健康发展才保证了中国金融业的稳定，同时监管机构的风险控制以及各种有效监管也是功不可没的。

所以金融业在“十二五”期间的重要方向应该依然是为中国实体经济服务。其实，自 07 年本地法人化以来，外资银行对中国金融业和经济的作用也日渐重要，而就支持“十二五”规划来讲，外资银行也有其独特的优势。

“十二五”规划进一步强调“走出去”战略，致力于发展中国大型跨国公司和金融机构，深化同新兴市场国家和发展中国家的务实合作。外资银行在国际上的网络对中国企业走出去就能提供很大的帮助。以渣打为例，从经营网络上看，渣打在亚洲、非洲、中东等新兴市场拥有广泛的网络和深厚的资源，而这些地区恰恰是中国企业拓展海外业务的重点市场。

在“十二五”规划中也提到了扩大人民币在跨境贸易和投资中的作用、积极参与全球经济治理和区域合作，并推动建立均衡、普惠、共赢的多边贸易体制。外资银行在推动人民币国际化方面已经做出了很大的贡献。

此外，要支持“十二五”中提到的推动城镇化建设以及经济结构转型，金融结构的责任也很重。金融机构一定要更加注重改善对小企业的金融服务，改善对农村的金融服务，改善对消费金融、科技金融、绿色金融的发展和服务。在这些领域也一直是外资银行在中国业务的突破口和擅长领域。渣打银行于 2003 年就建立了专门的中小企业服务团队，目前，拥有 650 多位中小企业客户经理，我们将继续扩大业务团队。在金融危机之后，中小企业的金融需求发生了变化，贷款不再是他们唯一的需要，他们同样需要拓展海外市场、管理利率、汇率及大宗商品风险。

对下一个五年我是充满期待的，我期望着见证中国成为更多企业的“世界总部”，真正成为“经济主导力量”，出现更多的“中国创造”。中国在成为全球经济引领者的道路上已经迈出了坚实的步伐，接下来的道路纵有坎坷，但是成就已经可期！

林清德

十二五不仅仅是中国的经济战略，也可以从中一窥中国全球战略的端倪



刘敏/插图

林清德
渣打银行（中国）有限公司首席执行总裁



中国金融业需反思悟道

亲爱的读者：

在从事金融监管工作后，我面对着的是中国金融业不断进步的同时伴随着严重的金融风险和大量金融案件的发生，这些都促使我进行更深层次的思考。难道金融的发展必然以金融风险为代价，必然以一部分从业人员的犯罪为成本吗？

2006 年在中央党校学习时，我抽暇写了一篇《中国金融文化论纲》，但自觉不甚成熟，没有对外发表。到光大工作后，面对企业的现实问题，我深感中国金融文化建设的重要性和紧迫性，提出了一个金融文化的“五四”理念。



唐双宁
光大集团董事长

“五”即是对金融文化“利法信义道”五个字的概括。“四”即我曾经比喻的金融企业“业务是叶，管理是枝，体制是干，文化是根”。需要说明的是，我强调金融文化并不排斥金融管理、金融法治，而是认为它们同等重要。

在长期实践中，国际金融业形成了自己的主流正面文化，应当为我所学所用。与此同时，当前国际金融文化亦存在诸多弊端，如利信问题、虚实问题、“王霸”问题等等。

金融本属虚拟经济，应与实体经济协调发展，然而国际金融业已然普遍存在创新无度，金融监管缺位，与实体经济的发展严重失衡。金融涉及各国共同利益，本应着眼宏观全局，谋取共赢之道，然而国际金融业霸权文化盛行，其中尤以此次美联储量化宽松政策(QE2)为甚。

这些表现在形而下层面的具体现象，实质是形而上层面的国际金融文化扭曲，也是国际政治生态(强权政治)在金融领域的具体反映。

与欧美金融霸权文化不同，“多赢之道”潜意识地存在于中国人以“仁”为出发点的决策思维中，正所谓“不战而屈人之兵，善之善者也”。

我认为中国金融文化的现阶段表述应当是：“诚信为本、依法经营，科学管理、安全第一，改革发展、以信取利，服务社会、全员和谐，谋略通道、融入世界”。

不过，中国金融文化也存在一些问题，特别是信仰文化、信用文化和内修文化从严重欠缺。在信仰文化方面，奉行金钱和权力，钱权开道、乱拉业务、扰乱市场，甚至贪污腐化等等；在信用文化方面，不讲信用、不守规则、逃避债务、欺骗造假等等；在内修文化方面，内心浮躁、盲目攀比、急功近利、恶性竞争等等。

现阶段中国金融文化建设的任务应是在法制建设的同时进行全员的理想道德信念教育，特别是“有耻且格”教育。孔夫子言：“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。”

制度是人定的，制度是靠人去执行的，任何制度都是有缺陷的，任何制度的执行都是有伸缩性的。中国金融业应把金融文化建设作为与金融发展、金融改革、金融开放、金融监管、金融法制建设同等重要甚至更为重要的任务。中国金融业首先需要整体进行“反思悟道”。

唐双宁

幸福人生的保障

亲爱的读者：

转眼又到年末。回望 2010，一片喧哗。在告别 2009 年的经济危机和各种天灾人祸的萎靡之后，我们的整个社会好像加速卷入一场集体性喧哗之中。身在其中的人们，正变得越来越浮躁，也越来越拙于清醒的独立思考。

首先是房价问题，早两年，出手还是持币观望，是一个问题。而如今，在哪买，买多大，买多少，这才是问题。是什么催长了人们对购置房产近乎于偏执的热情？此外，国内的储蓄率连年居高不下，从银行账户层面上看民众比以前富裕了，但老百姓却越来越不敢花钱。一边是年中开始的越来越让人看不懂的涨价潮，一边则是民众消费热情一路走低，这又是为什么？

其实，这一系列乱象都是国人缺乏安全感的体现：日益高涨的医疗费用、子女的教育条件成长环境、父母的赡养问题、退休后的养老问题，以及不可预料的天灾人祸。这其中的任何一个问题，都足以削弱普通人的幸福度，更不用说层层叠加所累积的巨大不安全感。

中国的传统文化本是建立在血缘、地缘、业缘的基础之上，人与人之间相互守望扶助，然而在目前工业化、城市化的汹涌潮流和激烈得近乎残酷的市场竞争中，这些文化不断地被解构，传统的家族或同乡互助共同体渐渐瓦解。在现代的社会保障体系完善建立之前，我们大多数人只能凭个人的力量对抗眼前和未来的诸多压力。当自足的生活和宁静的心灵面临着不可知命运的威胁，生命的尊严随时可能因为失去消费能力而支离破碎的时候，人们更迫切地想要抓牢某些有形的、象征着稳定的事物。比如，房子、存款和铁饭碗。不论这种获得安全感的方式是否真的与自身需求和能力相契合。为什么绝大多数人都无法超脱这些狂热？究其原因，还在于整个社会保障体系的不完善，人们对人身风险认识的片面、个人风险意识和管理能力不足，以及当下社会生活中人文关怀的缺失。

一个健康平和的社会，应该是让大多数寻常民众都能普遍感受到平静和尊严的社会。而这种对于民众生命和生活尊严的维护，很大程度依赖于一整套完备的社会保障体系。这一套体系，应该是多层次的，囊括了社会保障、商业保险以及民间慈善不同的形态。我们当前的社会在以上每一层面上，都还有漫长的路要走。一方面，我们需要进一步完善现行政府主导的社会保障制度，为所有百姓提供最基本的生存保障。另一方面，则是建立更多、更完备的补充性社会保障，包括商业人寿保险、养老年金、健康保险和社会慈善事业等等。为社保不能覆盖的领域和保障程度不够的民众提供进一步的生活保障。

但是，再完善的制度，缺少了民众主动参与，也无法良好运转。我们时常会抱怨社会保障体系的不完善，但是很少有人意识到自身风险管理能力的欠缺。一部分人觉得为小概率事件付出金钱并不划算。另一部分人认为事先就预想一些不测会有煞时运。还有一些人则是没有时间来为未来可能发生的不可知事件多做考虑。即使在高社会福利的欧洲国家，除了法定缴纳的养老保险、医疗保险，普通家庭为了应对社会保障不能涵盖的意外事件，大多还额外购买一些私人的保险，比如人生意外险、法律保险，以及第三者责任险等等。当你面临选择或者对未来充满不确定和疑虑的时候，除了社保层面的基本保障，一个主动、积极的人生风险管理往往能够有效地消除焦虑、恐惧和不安全感。

> ***为什么大多数人都无法超脱这些狂热？究其原因，在于整个社会保障体系不完善***



丁当
中国平安人寿保险股份有限公司总经理

如何有效进行人生风险管理？首先要认识风险，对我们的人生和家庭进行规划时，要清楚地了解这些规划中可能遇到的风险，这一步是他人不可替代的；接下来是对未来的风险进行识别和判断，并尽可能地使之量化；然后选择化解风险的避险工具和解决方案；最后，还要定期地检视先前的风险管理方案是否有新的需求并进行适当调整。对于普通人而言，熟练掌握这些技能和工具会有些困难，但实际上，除了风险意识和人生规划不能假手他人，其他部分都可以请值得信赖的专业人员协助解决。

我们所身处的这个时代和国度，一切都急剧变化中。很多现象和说法，你还来不及接受和记忆，就已经被湮没。因为害怕错过，人们越来越习惯略过思考，直接接受。消费主义和享乐主义也因此盛行，传统的价值观体系逐渐崩溃。但是纵然是处在热闹繁华的最深处，人们也必然会在某一刻，渴望能够寻找到一些稳定的依托，重新找到共同的赖以信任的东西来维系内心的宁静。而这种稳定的依托，正是社会公共认同的价值观，一种人文的关怀。它是对人的生存状况的关怀、对人的生命尊严与符合人性的生活条件的肯定。从 2008 年汶川地震中全社会表现出来的救援热忱和共命运感，到最近上海万人自发的火灾悼念，人们一直在尝试从一种集体性的善意释放中感受到温暖与安慰。这不仅是对于不幸者的抚慰，也是对于幸者的我们自己的一点安慰。

如果要对未来有所期待，我期待这些宝贵的善意不仅在面临灾难时才迸发，而应当如同空气和水的存在一般渗透到我们的政治、经济、文化和日常生活的每一处。我所身处的保险行业，需要做的则是充当一个介质，即以我们为媒介，把数以千万计的互不相识的人们以现代合约的形式、跨越时间和地域的障碍，组织成一个庞大而稳定的互助共同体，和政府和民间慈善团体一起，共同消弭我们每个人面对生、老、病、死和天灾人祸的惶恐与无措，帮助更多的人在寻常生活中找到内心的平和，以及生命的尊严。

丁当



华泰B11优雅与现代的豪华享受，突破经典颠覆级别所限！

华泰B11，显耀级别的非凡之作。源自欧洲经典设计，定义尊崇与优雅的豪华座驾。以清洁低碳的前瞻动力科技，掌驭前所未有的驰骋快感。独有TIVI™ 3G实时车载智能决策系统，豪华配置尽览全局，更尽享从容舒适的驾乘空间。华泰B11，逾越级别之上，引领万众钦羡。

TECV 智能高效动力系统 TIVI 3G实时车载智能决策系统 五星安全保证 U形流线设计

华泰 B11
级/别/之/上

华泰汽车集团 | 北京市朝阳区安定门外安苑里1号 邮编：100029 服务热线：400-810-2066 登陆网站：www.hawtaimotor.com

天下为公



但斌
深圳东方港湾投资管理公司总经理

2010年，中国已经在一场物质赶超游戏中获得了令人欣喜的成功，但是，中国是否已经完全“苏醒”？

亲爱的读者：

2010年已经进入结束的倒计时。

此时正值距离晚清主张改良的戊戌变法有112年，距离开启中国改革开放大幕的1978年亦有32年。

就在2010年，崛起的中国已经以近34万亿人民币的国内生产总值超越日本成为了世界上第二大经济体，并可能在2025年前后超越美国成为世界第一大经济体。

然而，就在此刻，在一部分人兴致勃勃地谈论中国的经济成就与商业创新之时，另一部分人却在谈论令人窒息的社会弊病和精神迷惘。这两种声音总在我心里冲撞：到底哪种力量最终决定中国的未来？

1949年10月，毛泽东向全世界宣告：“中国人民从此站起来了！”1981年2月14日，邓小平满含深情地写下：“中国人民将通过自己的创造性劳动根本改变自己国家的落后面貌，并以崭新的面貌，自立于世界的先进之列，并且同各国人民一道，共同推进人类的正义事业。”

经过60余载的发展，中国现在已经屹立在世界的东方，但中华文明近两百年的危机依然有未愈的精神与制度创伤，它能否获得新生，催生和推动一个公平、正义、发达、历久弥新的中国？

在即将过去的一年，财富的增长依然伴随着不公正现象的出现，“患不均，患不安”的情绪还在弥漫。经济学中有一个重要概念叫“帕累托最优”也称为“帕累托效率”，与其密切相关的另一个概念是“帕累托改善”。按照维基百科的解释，帕累托最优是指资源分配的一种理想状态。假定固有的一群人和可分配的资源，如果从一种分配状态到另一种状态的变化中，在没有使任何人境况变坏的前提下，使得至少一个人变得更好，这就是帕累托改善。帕累托最优的状态就是不可能再有更多的帕累托改善的状态；换句话说，不可能再改善某些人的境况，而不使任何其他人受损。需要指出的是，帕累托最优只是各种理想态标准中的“最低标准”。也就是说，一种状态如果尚未达到帕累托最优，那么它一定是不理想的，因为还存在改进的余地。但是一种达到了帕累托最优的状态并不一定真的很：“理想”。一个帕累托最优的经济系统只是在“最低”的意义上是“理想”的，并不能保证其中没有贫困或严重的贫富差距。中国32年的改革开放，总体上是在进行“帕累托改善”，但中国社会还远未达到“帕累托最优”，距离“理想状态”就更加遥远。既然如此，为何不尽快促进社会公平竞争？为何不及早开征遗产税？按照《中华人民共和国遗产税暂行条例(草案)》，遗产税将依“五级超额累进税率”征收，不超过80万的部分不征收，而超过1000万的部分按照税率50%征收。遗产税，这个能极大平衡社会财富，带来社会长治久安的分配方法，如果再能辅以官员财产申报制度、类似于香港廉正公署的制度以及其他方面的改进，也许可以帮助中国尽快成为数百年来无数仁人志士所奋斗所期望的那样的国家。这也正是投资者长期投资的基石。

200年前，拿破仑曾经对觊觎中国的欧洲国家发出警告：“要同这个幅员广大、物产丰富的帝国作战是世上最大的蠢事。开始你们可能会成功，你们会夺取他们的船只，破坏他们的军事和商业设施，但你们也会让他们明白他们自己的力量。他们会思考；他们会建造船只，用火炮把自己装备起来……以今天看来，狮子睡着了连苍蝇都敢落到它的脸上叫几声。中国一旦被惊醒，世界会为之震动。”2010年的此刻，中国已经在一场物质赶超游戏中获得了令人欣喜的成功，但是，中国是否已经完全“苏醒”？在不远的将来，它是否也将表现出与经济实力对等的“令世界为之震动”的精神气质？

今夜深圳繁星似锦，念中国之前途，悠悠我心，惟有祝愿！

但斌

2011 让我们一起成长



尹同跃
奇瑞汽车股份有限公司董事长、总经理

我相信，在未来5年，或再长远一点，通过我们自强不息的努力，中国自主品牌汽车一定会让国人感到骄傲

亲爱的读者：

我们即将迎来承前启后的2011年，值此之际，我代表奇瑞汽车全体员工感谢广大读者长期以来对正在成长的中国自主品牌及自主品牌汽车的关心和厚爱，感谢经济观察报为自主品牌成长营造良好环境而所付出的百倍努力。

“十一五”期间，我们的国家不仅经历了给全球经济带来严重打击的金融危机，而且还遭受了南方冰冻灾害、汶川地震、西南特大旱灾、玉树地震、舟曲泥石流等特大自然灾害，经济和民生都遇到了相当大的困难。但是，全国人民同舟共济、共度时艰，战胜了一个又一个困难，在全球率先呈现出经济恢复性增长，2010年更是了实现了平稳较快发展。

与此同时，中国的汽车工业也在国家产业政策的大力扶持下，顶住了国际金融危机的冲击，并紧随国民经济的平稳较快增长，实现了大跨越。2009年，我们以产销1300多万辆一举超越美国成为世界第一大汽车市场；预计今年产销量将超过1800万辆，将继续稳居全球第一大汽车生产国和最大的新车销售市场。

面对这样的成绩，我们应该高兴，但我们更需要冷静，看到差距。中国的自主品牌汽车与具有百年历史的世界著名汽车品牌相比，我们还处在成长时期，还有许多东西要学。

2011年是“十二五”的第一年，也是新一个“十年”的开元之年。开好局、起好步，将对未来五年、甚至更长远的中国经济健康发展起到关键作用。对于中国汽车企业来说，亦是如此。随着国家多项扶持产业发展和拉动内需的优惠政策的到期，以及一些不确定的经济因素，明年中国汽车产业或将迎来新的考验。但汽车工业的发展方向已经明朗，节能、环保、新能源将是汽车生产和消费的趋势。这就要求我们自觉转变发展方式，加快结构调整，积极融入未来世界汽车工业的发展潮流。

我相信，在未来5年，或再长远一点，通过我们自强不息的努力，中国自主品牌汽车一定会让国人感到骄傲。

2011，让我们携起手来，共同奋斗，共同成长！

尹同跃







朗诗 9 年

一个绿色地产企业的发展样本



刚刚闭幕的坎昆气候大会，“低碳经济”再次引起全世界关注。在全球气候变暖的大背景下，低能耗、低污染、低排放的“低碳经济”将给高度污染的地球带来转机。

当前，我国经济正处于向低碳经济转型的时期，房地产行业是转型的主力军，国家环保部统计，建筑业的二氧化碳排放，占到全国总体碳排放43.7%，是今后节能减排的重点领域之一。我国虽然在1996年就颁布实施了新建建筑必须节能50%的强制性设计标准，但如今达到此目标的只占同期建筑总量的约10%，远远低于预期。

低碳浪潮下，国内众多传统地产商都发出了进军绿色地产的宣言。而在绿色地产领域中，年轻的朗诗地产脱颖而出。朗诗在手开发的近20个住宅项目，全部是节能建筑，被动节能率均达65%以上；全部采用地源热泵、太阳能等可再生能源为主要能源供应方式；项目综合节能率达到80%；这些项目全部是精装修住宅项目，有效避免二次污染和资源浪费；同时，室内温度、湿度、空气清新度等反映居住舒适度的物理性能指标均大幅提升，这样的住宅既有效降低能耗，又极大满足了客户居住舒适性的需求。

业内曾有此评价：如果所有的房地产企业均能达到朗诗的水平，那么，中国减碳目标的实现，无疑将大大提前。究竟是怎样的一家企业能够多年潜心绿色住宅的研发与建造，请读者追随笔者一起去解读这家执著绿色理想又踏实实干的企业，或许对中国未来的绿色地产发展之路有所启示。

纵观整个地产行业，朗诗是业内唯一将绿色发展作为公司战略的企业。朗诗成立于2001年底，2004年初经过六个月的研究，最终决定走高舒适度绿色节能产品，做差异化地产开发，为客户营造了冬暖夏凉、黄梅天不潮湿、秋冬季不干燥的舒适的室内环境，从此进入绿色科技地产领域。在首个绿色住宅项目--南京国际街区的成功的基础上，朗诗从2006年开始相继进入了无锡、杭州、苏州、常州、上海、绍兴、武汉、成都等城市，朗诗的绿色足迹逐渐走向全国。

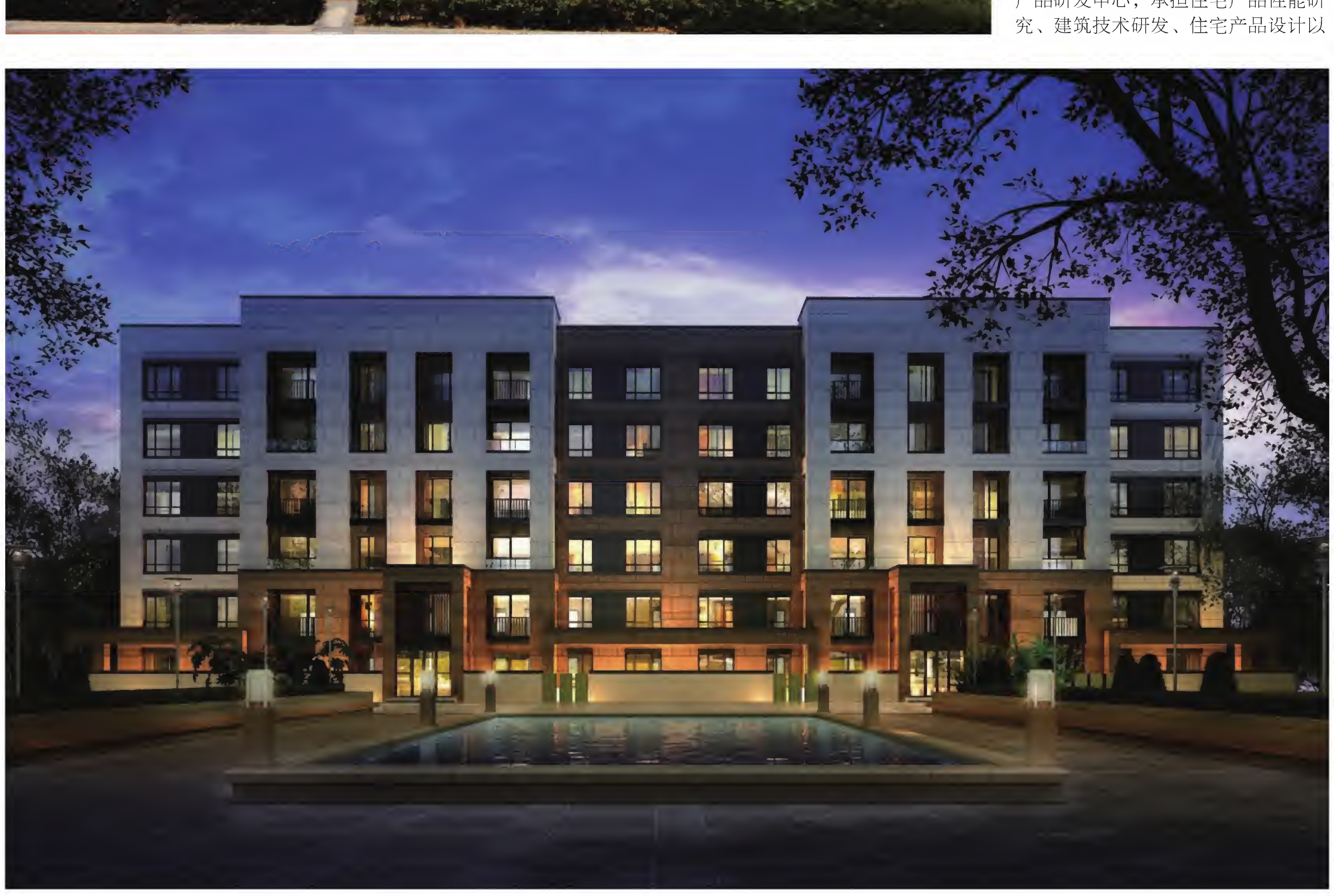
从最初的“领跑科技地产”到如今的“领跑绿色科技地产”，朗诗的价值观在不断成熟，却从不曾改变。朗诗集团总裁田明表示，企业愿景来自于价值观，它的形成是一个日益完善的过程。从科技到绿色科技，既是一种强调，更是一个飞跃。之所以说是飞跃，因为朗诗在多年的绿色实践中感到，绿色不仅是产品层面的概念，更是在绿色为本的核心价值观指导下，从绿色规划、绿色采购、绿色营销、绿色施工、绿色运营等方面全方位全流程运用，真正将绿色上升为战略层面去指导企业经营管理。这有别于开发单个绿色项目的行为，也逐步形成朗诗的核心竞争力。科技地产关注的重点是科技手段带给客户的高舒适度，以及因采用节能减排技术带给社会环境的绿色保护。现在朗诗将“绿色”概念明确提出并引领愿景，是为了更好的强调，朗诗通过科技这样一种手段，去实现“绿色”这样一个企业的核心价值观。

朗诗建立了一套完善的科技人才培训体系，在业界形成了独树一帜的培养方式，这在其他房企中并不多见：朗诗打造了“整分合一”的人才培养系统，“整”是指朗诗十分注重科技团队的整体架构建设，在短短的几年时间内，已经建成了一支具备独立研发设计能力、专业分布齐全的高素质人才队伍，实现了采集、研发、整合、试验、应用、维护全链条式的完备科技团队架构；“分”是指朗诗在每个科技人员的个体培养上同样煞费苦心，集团不定期安排科技公司的技术人员去国内各省市和世界各地考察培训，借助朗诗与国内外相关机构良好的合作关系，朗诗科技团队的人员都有机会接触最前沿的建筑科技成果，拓宽研发思路，增强个人专业素养。



一个成熟的人才体系，离不开企业不遗余力的投入。2008年朗诗建筑科技公司成立之初，收购了一家甲级设计院，并建立了博士后科研工作站。同时，公司还聘请了多名行业内顶级的专家教授进行合作，长期担任科技团队专家顾问。目前，朗诗为科技公司每年安排的研发费用，占集团年度销售额的比重不低于2%，而且绝对值不低于1亿元，并和国内很多专业的机构、院校建立了长期的合作关系。在南京、三亚，朗诗分别建立了冬季、夏季研发基地，建立了综合实验楼测试房，从事绿色建筑技术的测试以及升级产品的验证性实验。近期，朗诗又拥有了一处50年产权的研发基地,对新技术、新材料、新设备进行全面研发试验,着力打造成国家级绿色建筑试验基地。朗诗还特别设立了“首席绿色建筑师”这一高层技术管理职位，其岗位职责是依据公司颁发的《绿色产品指引》对所有开发项目进行系统性绿色审核。这些创造性的举措，在国内同行中遥遥领先。

目前，朗诗项目核心技术均由自己的研发设计团队整合完成，与单纯依靠从国外进口设备的同类科技住宅项目相比，已形成了自身的科技研发竞争优势。2006年6月，在原有技术研发部的基础上，朗诗地产成立了产品研发中心，承担住宅产品性能研究、建筑技术研发、住宅产品设计以及建造标准制定等重要职能。2008年朗诗在上海设立研发设计院，2010年9月在德国法兰克福成立的朗诗欧洲技术有限公司（Landsea Europe R&D GmbH），这些旨在整合国内外最先进的绿色建筑技术和人才，推动绿色建筑行业的持续革新。



天道酬勤、业道酬精，执著打磨精良科技团队、专注建造高品质绿色住宅的朗诗，资产状况和销售收入也一路提升。朗诗项目运作周期快，资产周转率高。朗诗从来不捂盘惜售，土地竞拍到手后8-10个月就开始销售，这当然源于朗诗的技术力量和运营流程已相对成熟。房地产上市公司的平均资产周转率是42%，朗诗近3年一直保持在100%。朗诗的盈利主要是通过产品的附加值以及资产快速周转来实现。在起伏不定的房地产行业中 ，朗诗凭借绿色差异化的发展战略取得了稳定、高速的增长，为股东提供高效的、持续的回报。股东对公司非常信任，并积极推动公司向前发展，公司治理结构日趋规范完善。

朗诗开发的绿色科技住宅的市场表现也十分优异，销售速率和销售溢价都比普通住宅要高，科技节能产品带来的绿色效应显现。朗诗的资产规模从八年前创业时候的1000万元，现在已经增长到了90亿。明年，朗诗的总资产将越过100亿元，销售收入也将有可能破百亿，从而进入全国地产百亿俱乐部行列。良好的经营表现，证明了房地产绿色战略能够在市场上获得成功。今年朗诗向市场推出了新的产品系列——朗诗绿色街区，从南京到苏州，再到上海，项目开盘的销售业绩一次次刷新，新产品得到了市场的高度认可。2011年，朗诗耕耘的第10年，将在上海、南京、杭州三地同步推出新一代更绿色、更舒适、更环保的创新住宅产品，这不仅将是朗诗系列产品的新里程碑，或许也将代表当今中国绿色环保住宅的新高度。

绿色科技住宅不同于常规住宅，有很多设备设施在长期运行，朗诗成立了专门的物业公司，除常规物业服务外，目前拥有一支200人 的负责调试、维修、运行服务的技术团队。自2006年以来，朗诗已交付7000多户科技住宅，均运行良好，节能效果显著。交付时间最长的小区已高效稳定运行了5个寒暑，实践证明：朗诗的绿色科技住宅是历经了严寒酷暑黄梅天考验的成熟产品。2009年盖洛普客户满意度测评结果显示，朗诗业主的总体满意度、忠诚度及品牌情感投入度这三个关键指标均为国内地产行业标杆值。

几乎每年朗诗都能获得一些高级别荣誉。2006年，南京朗诗国际街区被列为建设部建筑节能试点示范工程（小区）；2007年，无锡朗诗未来之家被列入国家“十一五”科学技术支撑重点项目及建设部节能省地型建筑科技示范工程，朗诗地产、苏州、杭州朗诗国际街区同时荣获了绿色亚洲人居环境奖；2008年，苏州朗诗国际街区又荣获国家科技部第五届精瑞住宅科学技术奖， 南京朗诗国际街区荣获国家财政部可再生能源应用特别津贴。

2009年1月，在由建设部设立的华夏建筑科技评选中，由朗诗集团与中国建筑科学研究院共同完成的朗诗国际街区“低火用供能系统”项目一举夺魁，斩获华夏建筑科技一等奖。该奖项是建设领域内最权威的国家级技术奖项，获得奖项的项目不仅要求技术含量高，而且还必须是拥有自主知识产权的，符合行业发展方向的。同期获奖的项目还有国家体育馆，也就是我们熟知的“鸟巢”。2010年，上海朗诗绿色街区与苏州朗诗国际街区先后获得国家最高等级绿色三星标识的住宅项目，全国仅有9个三星级住宅项目获次殊荣。朗诗在绿色科技方向上的技术研究和技术成果得到了最权威的认可。

成立至今，朗诗地产荣获国家级奖项14项，省级32项，市级60余项，共申请专利100多项，与社会各界共同研究的课题18项。

除了上述科技、地产类的奖项之外，朗诗连续两年获得了“中国年度最佳雇主企业”。9年来这家企业的员工从无到有，目前已经拥有地产600多人、物业公司900人的规模。朗诗员工的勤奋敬业推动了企业的快速发展。在朗诗堪称完美的企业发展轨迹下，却是最为朴素而又阳光的企业文化。田明曾经说过，朗诗作为一家“开发商”，始终坚持自己的人本、阳光、绿色、进取的价值观，奉行“不行贿、不偷漏税、不做假账、不欺骗客户”四条铁律，依靠自己的专业、勤奋、用心，依然能够取得长足的发展。朗诗社会效益良好，2010年的纳税额达到8亿元。朗诗还真诚地从事慈善和公益事业，目前已有2000多名贫困地区学生得到朗诗的援助。

七年的绿色坚守，已经使朗诗由普通的房地产商转型为特色鲜明的绿色地产商。未来，朗诗会把研发成果应用以及专家和科研机构资源进行优化整合应用，同时将节能系统调试服务、节能系统运行管理服务等有机结合为一个技术集成系统，从现有的为集团地产项目建设服务，逐渐扩展到市场上开展符合企业战略的集成服务经营，实现从房地产业到房地产科技服务产业的跨越，并加强既有建筑绿色升级，使之成为企业新的盈利模式。

朗诗已经在勾画这样一张地产开发、既有建筑节能改造和外部建筑市场技术输出、绿色物业管理三大业务鼎足而立的蓝图。“技术是绿色住宅竞争力的基石，也可以成为合作开发的输出方，还将赢得争夺物业后期维护和管理市场的重要砝码。”田明曾判断，朗诗的未来更像是一家技术公司，朗诗要争取成为地产界的苹果公司，保持科技的前瞻性，引领绿色地产发展。事实上，除了对开发管理环节产生推动力外，低碳技术运用无疑还将对行业链条其他配套产业包括新能源、新材料、新设备多个领域上的革新产生影响。这种大地产行业全面的整合蕴含着巨大商机。

当前，中国需要转变经济发展方式，房地产业同样需要转变发展方式。朗诗作为一家坚持绿色环保的地产企业，其发展模式是一个值得观察的样本。

马迪/文

另一种推动改革的力量



任志强
华远集团总裁

亲爱的读者:

如果可能，我倒是希望可以用另外一种方式给你们写信——猜对了,是微博。我想跟你们说,自从有了微博,这个世界就发生了巨大的变化。而我本人,你们已经看到了,我也是一个微博客。

自从有了手机，这个社会就减少了通信、少了许多优雅的文字来表达的情感,人民开始用可以听得见的熟悉的语言直接地传递友情。自从有了短信，整个社会就变得更简捷了,又少了许多美妙的声音来表达情与爱。人们开始用完全一样的标准字体,甚至是一条条内容都一样的短信来表示问候,拉近了人与人之间的距离却少了一份亲情中的感受。而一次只能书写 140 字的微博,正改变着冰冷的一切。我自己亲身感受并且体验着这一切。不管是否相识、不管意见是否一致、不管身份高低、年龄大小、不管身居何处、境内境外、不分宗教信仰与教派,都能共同交流、对话。

没有人能说清楚微博准确的定义，但所有人都在努力的挖掘微博的最大功能与效率,充分的利用这个平台而创造奇迹。

有人将微博看作是新闻媒体,因为他们可以无限制的在第一时间向其他人传播所看到、听到的、经历的事情,并通过更多的传播迅速的传向全世界,并让任何企图阻挡这种传播的能力都会在瞬间无法反应而失败。从而让任何可能有争议的事件、某些领导和机关不愿暴露于社会的事件或阴暗面、某些代表着民生民意的行为和倾向都能公布于众,形成推动社会进步的、了解社会发展的力量。

有人将微博当成媒体，可以随时随地的将自己的看法、意见、见闻和喜怒哀乐尽情的抒发,与社会和他人分享;也有人将这里当成是可以无拘无束倾诉个人思想、痛苦、不满与仇恨的地盘,吐露深藏在心底的忧郁;还有人把这里当成学习的校园,了解事实的真相、汲取社会的营养、寻找生活的目标,让精神不断的升华;还有人将这里当作是镜子，从对照中找到自己的缺陷,从他人的信仰中体会社会的温暖。

也有人将这里当广告栏，推销产品和招聘人才,而有人登寻人启事和寻求帮助,还有人在这里讨论工作与爱情。这里成了无所不能无所不在的世界。也用每一个微不足道的个人力量汇聚成了一股不可抗拒的洪流,向社会展示了民心所向、坚不可摧的意志,让社会看到了希望。

至于我为什么喜欢微博?曾经有博友也这样问我,我当时回复说,有个词叫曾经。写回忆录时告你。当然,这只是一句玩笑话。我曾经说,我写博客是因为媒体老歪曲我。微博呢,潘石屹跟我说,博客上有很多人天天骂你(他老找人删，我从来不删),“微博上没多少人骂你,微博比博客好”,于是我就开始上微博了。

实际上我的微博也占用很多时间，但我不是专门为微博而微博的。比如在机场等飞机,要么看书要么微博,微博和看书也一样。其实可能你还在干别的事儿，点两下，写两句,看看,回复一下,其实回复也就是几个字。单说时间,确实占用了一部分时间,不管怎么样它是一个事儿。要维护它,要让粉丝满意,要不断回复。

为让我转发和评论微博,小潘(潘石屹)嫌我的手机太破，让手下给我准备一个专门的手机,以便论战和转发。虽然,老朽的一代远不如年轻人更容易学习和接受新科技。拿锄头和枪杆子的手，离灵活的敲打键盘还有一段较长的距离。不过,我并不认为我在微博上浪费了太多的时间。我在微博上也说过,其实上微博与看电视、听音乐、读书都一样是一种学习、消遣、娱乐和休闲的方式。这里有大千世界中的形形色色。有爱有恨,有光明有黑暗,有善有恶,也有精华和糟粕。不同的人会对社会提出不同的看法，也会提出一些令人难堪的问题或评论，却也让人能从中找到美的真诚。

而且,不仅仅是这样。

美国的言论自由从宪法第一修正案到第十四修正案经历了一百多年的时间，媒体的充分开发、言论的充分自由让他们可以在任何场合与平台上表达自己的意愿。因此他们不再需要用微博作为平台了。也因此美国的 Twitter 最先取得了技术上的突破，但却无法像在中国一样在最短时间内被最多的人群所接受，也无法像在中国一样发挥出远超过正规媒体的宣传作用。中国微博的速度、广度、深度都成为时代发展中无法用人力能控制的力量。

我的理解是，原因大约在于精神长期被压抑的一种社会环境与状态的爆发。勤苦诚实的中国人在长期阶级斗争观念的扭曲之下,经历了三反五反、反右斗争、庐山会议以及文化大革命，让中国人的诚实在政治的打压之下变成了负面的贬义词，在正常的生活之中真话变成了一种欺骗，社会被假面具代替了。

每一个微不足道的个人力量汇聚成了一股不可抗拒的洪流,让社会看到了希望

改革开放的不争论开辟了言论自由的新天地,但市场经济秩序的建立落后于实践。假药、假酒蔓延,从假名牌到今天的假蜂蜜,从来就未停止过。于是就形成了没有言论自由人民就说假话、造假品、干伪事和违事。诚信从人们的言行延伸到所有的生活之中，如纳税、缴费、契约精神、爱情等等方面处处可见。同时腐败也在无监督无真相中不断的发展壮大侵蚀着整个执政体系、国家机器与社会伦理。就像失去了信仰一样,从金字塔的顶端开始传导着上梁不正下梁歪的文化，怀疑一切再次笼罩着整个国家，连喉舌类的媒体也无法让社会和民众相信了。

而微博反而成了一片净土，让人们可以在假面具的掩盖下吐露出真言。这里成了恢复真实的天堂。虽然假面具掩盖着发言者的真实面目，但评论中的留言却在伪装之下揭露着真实,给了社会一个充分民主的试验田。这种自由给了社会再造的权利，也许将是推动改革继续向前的动力。

中国的改革历来都是在危急之下的倒逼机制，而改革让曾在危机下积极的推动改革的群体成为了改革的最大受益者，因此改革的动力逐步的减弱并消失着，而改革的权力又恰恰被这些利益群体所牢牢的控制着,在没有外力的冲击下这个堡垒就很难再进行自我的革命,恰恰需要一个强大的外力推动。而这个外力大约就只能来自于一个能真正让民众的声音可以形成巨大社会振荡的平台了。

所以,我相信,当这个平台拥有更多的参与者、有更多的精英引导者、有更多的人用真实的表达传递民心民意时，微博就将真正的能推动历史的车轮前进了。

任志强

来自 2049 的期待

经济观察报的朋友们:

大家好!

2010 年对于我本人以及万科而言,都将是值得记住的一年。在这一年所留给我的记忆之中,愉快远远多于遗憾,这也是值得高兴的。这一年我常有期待,于今看来那些期待大多有了比较令人满意的结果,对于这样充实的一年,很难再去要求更多。

2010 年最受国人瞩目的事件，无疑是上海世博会的成功召开。非常有幸的是,万科也在上海世博会这样的国际最高舞台上,展示了一个中国企业对未来环境的思考。

世博会是国际最高的舞台,要在这样的平台上引起大家的共鸣,所探讨的话题一定是普世的,与人类共同命运息息相关的。我给万科馆起了一个名字叫“2049”,就是希望引起大家对未来的想象。

我很高兴地看到，万科馆没有做成一个展示产品的“房地产馆”,而是关注人类共同未来的“公益环保馆”。在进行展演内容策划时，万科就明确了不会在馆内展示任何万科的产品，而是以传递公益环保理念、展示公益环保事迹经验作为主要内容。

在具体的展示中,万科馆没有成为一个说教的展馆,而是用故事把公益环保的理念和经验娓娓道来。最终,在万科馆中展示了滇金丝猴保护的故事、退耕还林的故事、台北垃圾分类回收利用的故事、蚁穴启发仿生学建筑的故事等五个与环保和“尊重”有关的故事。

万科馆也没有成为一个静态的、封闭的展馆，而是在不断的向其他展馆学习,与各界交流。在世博会的万科馆日上,万科把平台完全开放给了世博会上其他展示了城市可持续发展经验的展馆。比如“垃圾不落地”的台北案例,展示未来建筑技术的伦敦零碳馆,变塌陷区为生态城的唐山南湖案例……万科日又成了世博会上的一个“公益环保日”。

这其中我感触最深的是台北垃圾分类的案例，东亚地区类似的垃圾构成结构,同样是中华传统文化熏陶,台北的垃圾分类和资源回收再利用已经领先大陆很远了。更值得称道的是,取得这样的成绩并非由于大量的经济投入，或者特别先进的技术应用,而是由于得到了广大市民的积极配合。

既然这样,台北市可以做得到,海峡对岸的城市同样也应该能做到。从日常生活的点滴做起，从社区垃圾的前端分类减量做起,只要大家都参与进来,把它变成一种习惯,那么就一定会有成效。

与我们所向往的 2049 的美好未来相比,2010 年所发生的这些,还不过是千里之行的小小一步

为此，在世博会期间万科公益基金会和腾讯公益慈善基金会共同发起了以垃圾前端分类减量为主旨的“零公里行动”。我这次从南坡登顶珠峰,就是随“零公里珠峰行动”的南坡登山队“零垃圾登顶”的,没有给珠峰留下一片垃圾。在珠峰北坡“零公里行动” 还组织队员对高海拔区域进行了垃圾的清理和分类回收，主要是登山留下的废弃氧气瓶。后来这些氧气瓶还“变身”雕塑作品,在世博会万科馆展出,无声地告诉大家垃圾只要通过循环利用就可以重生。

但这还只是一个开始，世博会万科馆日上，万科公益基金会联合腾讯公益慈善基金会共同倡议发起了以社区垃圾分类减量为主要内容的“立及行动计划”。

“立及行动计划”分别取“垃”、“圾”二字的右边,在每月的第四个礼拜六开展,希望把垃圾分类和垃圾减量变为可复制、可计量、可累积的持续的社区行动。两家基金会希望到 2011 年 3 月 26 日“地球一小时”活动时,号召超过 200 万个中国家庭加入“立及行动计划”。万科也是中国第一家公开承诺参与 2011 年地球一小时的中国企业。

现在回顾来看，参加世博会的过程对于万科和我自己而言,也是一个不断向其他人学习的过程,一个不断将想法落实为行动的过程。这似乎也是万科在通往卓越绿色企业道路上探索过程的写照。

与我们所向往的 2049 的美好未来相比,2010 年所发生的这些,还不过是千里之行的小小一步。

每一步都有新收获,却又常有期待,这不是很美妙吗。

王石



王石
万科集团董事长



BMW之悦。未来科技,今日实现。

BMW之悦,不止步于纯粹驾驶乐趣,更着眼于人、车、社会的和谐发展。我们缔造未来科技,并与世界共同分享。智能轻量化材料、制动能量回收系统、智能降阻进气隔栅、超低风阻设计等一系列创先科技已得到广泛运用。今天,BMW高效动力策略(BMW EfficientDynamics)已作为一个标准,超前应用于BMW全线车型。未来科技,今日实现。
更多信息,请致电400-800-6666,或登陆www.bmw.com.cn

BMW高效动力
BMW EfficientDynamics
更少尾气排放,更多驾驶乐趣。

该转变的必将转变



宗庆后
娃哈哈创始人

尊敬的经济观察报、广大读者朋友:

大家好!

真是流年似水,一年的岁月在整天忙碌中悄悄滑过,全新的一年又如约而至了。首先感谢《经济观察报》的创意策划和真诚邀约,使我有机会拿起笔来向广大读者朋友,谈谈我对未来,对国家经济发展走向的想法。

说到国家经济,那就不得不提最近闭幕的十七届五中全会。这是一次非常重要的会议,其重要性就是因为会议通过了“十二五”规划的建议,为我国今后五年经济、社会发展走向定下了基调,勾画了一幅未来经济、社会、民生和谐发展的蓝图,因此我和大家一样感到欢欣鼓舞、振奋不已。

鼓舞之一是,中央提出,要把调整经济结构定为加快转变经济发展方式的主攻方向。大家知道,多年来,我国经济主要依靠出口拉动,由于出口的产品大多处于价值链的最低端,我们辛辛苦苦,消耗了大量资源,却只能换取一点廉价的加工费。结果出口给人家,他们得到了实惠还反过来说我们是低价倾销,还要跟我们打官司。而我们通过出口换取的外汇又用不完,不得不去购买人家的国债,可人家此时又实行美元贬值……所以说国家经济依靠出口拉动弊端很多,必须调整。因此,连续多年我在全国人代会上都提出要扩大分配、拉动内需,要依靠消费来拉动经济发展。在这次的十七届五中全会中,中央已经明确把消费放在了经济发展的第一位置,这是十分正确的。中央既然决心、信心都很大,我们的经济就一定会有希望。

鼓舞之二是,全会明确提出要把科技进步和创新作为加快转变经济发展方式的重要支撑,这可以说是抓住了转变发展方式的“牛鼻子”。我们说经济发展方式必须转变,但这确实又不是一件容易的事情,必须依靠科技进步和创新才能实现。对这一点,我体会很深。前两年受国际金融危机影响,国内很多企业难以为继,生存不下去,一个主要的原因就是创新能力薄弱,产品没有竞争力。而这些年来,我们一直重视技术创新、产品创新,不断推出营养快线、爽歪歪等适销对路的新产品,通过提高产品附加值增加市场竞争力。因此,我们企业不但没有受到金融危机的影响,而且在危机中实现逆势大幅增长。如果没有科技创新作支撑,是不可能做到的。

> ***把“强国”和“富民”结合在一起,做到“国强民富”,顺应了人民群众的所需、所盼、所求,必将得到最广大人民群众的拥护和支持***

鼓舞之三是,中央提出,要把民生作为加快转变经济发展方式的根本出发点和落脚点。俗话说:基础不牢,地动山摇。民生无小事,只有重视民生,做到以人为本,“发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享”才不会成为一句空话。改革开放三十年,我国的经济发展成果有目共睹,但应该看到与人民群众的愿望还有一定的差距。更加注重保障和改善民生,就是把“强国”和“富民”结合在一起,做到“国强民富”,顺应了人民群众的所需、所盼、所求,必将得到最广大人民群众的拥护和支持。提高居民收入、劳动报酬在分配中的比重,就是让人民群众得到更多的实惠,提高老百姓的幸福指数,让大家生活得更有尊严。

站在一个新十年起点上,我们对未来总是充满期盼和憧憬。自古以来,中华民族就是世界上最优秀、最勤劳的民族,在南宋时候就创造了全球一半以上 GDP 的辉煌历史。现在我们又欣逢盛世,国家政策越来越顺民意,创业环境越来越好,我坚信国家经济发展有希望,人民生活水平提高有希望,一个人人向往的全面小康社会将会指日可待!

宗庆后

珍惜·希望



潘刚
伊利集团董事长

亲爱的读者:

你们好!

北方的树叶已经落尽,南方的天气还有余温。岁末年初之际,格外感谢你们的邀约,让我有机会沉下心来,静静回望过去的这段时日,也逐渐正视自己对未来的希冀与渴盼。

21 世纪的第一个十年,这个世界的底色悄然改变,而大中国的图腾则在全球化的底色中愈发清晰。

2010 年,我们的祖国迎来了奥运之后的另外一个狂欢之年:嫦娥二号的升空、世博会的召开、亚运会的辉煌,不仅让人们记住了中国运动员在赛道上撞线的动人身影,同样记住了中国人在世界顶尖科技赛中昂首冲刺的巨大张力;新一轮人口普查的开始、分配制度的改革、绿色 GDP 指标的提出,更让人们开始了解大中国未来发展的新脉络,让人们不得不注意这个东方巨龙在改革开放后的又一轮巨大变革。

如果说,历时 30 余年并延续至今的改革,是以开放直面保守、以变革对待滞后,那么,如今这场对绿色低碳、对节能减排、对公平正义、对持续发展的追寻,则是以发展求取和谐、以可持续求解改革去路的攻坚之战。

每个行业都在这场新变革中受益。尽管这个过程可能面临许多意想不到的挑战甚至是艰难,但“螺旋式”成长本身就是建设者们的共同轨迹。具体到中国乳业,这个历经风雨的行业在经历了快速成长的“黄金十年”之后,如今同样站在了产业升级、持续发展的历史关口。幸运的是,在新世纪的第一个十年即将画上句号之际,我们为中国乳业的可持续发展找到了出路:未来,我们将通过严格制定并不断完善企业的绿色规则,进而引导产业合作伙伴,一起在行业的上、中、下游,构建起一条绿色生态循环链,以此探索行业可持续发展的新路径。

在这一过程中,最重要的是:我们始终坚持将绿色可持续的理念化为行动,并上升为行业行为,用整个产业链共生共荣的维度丈量中国乳业的和谐与繁荣。

这将是我这一辈中国乳业人在未来十年甚至更长时间内倾力追求的终极目标。为此,我感到责任无比重大——历史的接力棒已经交到我们手中,我们有责任,也必须在这片祖先留下的土地上创造奇迹,并勇敢地创造祖先远未想见的历史和未来。

当新年的钟声敲响,当第一缕晨光从遥远的海边慢慢透射到整个海岸,这个时代已经开始了一种全新的生活方式。无论是车水马龙的繁华都市,还是满载谷物的黝黑土地,我们总能在黎明中听到婴儿柔弱却嘹亮的哭声,我们总能在不远处望见细小却清晰的动人绿色。

没有任何东西比信念更为珍贵,没有任何行动比已经开始的改变更值得珍惜。没有一个时代比时下拥有更多的希望。

因为,我们已经起航。而最大的希望,正是我们自己。

再次感谢《经济观察报》的所有同仁,感谢你们为留存历史、洞见未来做出的所有努力。我会把这当作一种鞭策,在下一个十年结束的时候,回望这一时刻。

谢谢!

潘刚

未来十年的绿色使命



柯茂庭
朗盛集团大中华区总裁

亲爱的读者:

过去的一年,既忙碌又充实,你或许有同样的感觉吧!

一个不争的事实是,中国的经济将继续强劲增长。城市化进程的推进、内需的持续扩大以及中等收入阶层购买力的提升等因素,都将继续支撑中国经济的腾飞,但增长速度将得到放缓,年增速很可能将低于 10%。

近年,中国政府所采取一系列措施适度放缓经济发展,从而达到更可持续的 8%-9%的年增速,已取得一定成效。

消费者购买力的提升在未来十年对中国经济的影响将更为显著。对于致力于提供高品质产品的朗盛公司而言,消费者对更高质量产品的需求无疑将为我们带来更多的机会。

朗盛很早就确定了“金砖四国”发展战略,并决定将在长期范围内巩固其在新兴的金砖四国的资产基础,特别是在中国、巴西和印度。

大中华区已经成为朗盛全球战略的支柱。在未来数年,朗盛在金砖四国的资产基础还将以更快的速度增长。

在未来十年,朗盛将继续把握好一些重大趋势以实现盈利性增长。这些大趋势包括人们对更快捷的交通的期待、农业发展、城市化进程以及人类对安全洁净水资源的需求。

这些趋势正是全球所有趋势中最重要的几项,没有人能够不受其影响。在中国,朗盛积极致力于生产创新型产品和解决方案,迎接这些大趋势所带来的机遇和挑战。

在中国,朗盛将继续其有机增长和外部增长的双轨成长战略,而有机增长将占主导地位。这意味着我们将通过产品创新、改善流程提高效率、增加产能,来促进我们现有的盈利业务的增长。

与此同时,我们也将关注好的并购机会以实现外部成长。我们寻求的主要是能够增强我们现有业务在全球领导地位的中小型企业。

朗盛计划,到 2015 年实现公司主要利润指标 80%的增长,达到息税折旧及摊销前利润 14 亿欧元目标,而中国作为朗盛在全球最重要的市场之一,必将在实现这一使命中起到重要作用。

在未来十年,化工行业的整合将成为趋势。随着节能环保政策执行力度加大,高能耗、高污染的落后产能将逐步被淘汰;成本、费用上涨也将限制行业内一些中小企业的发展,这都将促使化工行业的资源向优势企业转移。

在未来十年,化工园区将扮演越来越重要的角色,化工企业在化工园区安家,可以降低对环境的影响,更好地实现安全、环保生产,上下游一体化也利于企业更经济、更有效地利用资源。

此外,今后化工业产业结构调整的步伐将加快。化工行业将更高度关注高附加值产品,提高高科技产品在整个产业中的比例,如新能源、新材料、节能轮胎、高科技工程塑料等,而化工产品将在未来从进口变为出口。

我们期望中国政府能够继续加大对外开放的力度,公开自由的贸易将给全球经济带来巨大的益处,特别是像中国和德国这样的出口导向型国家,公开自由的贸易环境对于我们下一步的发展十分重要。

此外,我们期待政府在政策制定时能更多地聚焦环境保护问题,大力倡导环保生产与消费。

> ***我们期待政府在政策制定时能更多地聚焦环境保护问题,大力倡导环保生产与消费***

柯茂庭

厚积薄发 华泰 B11 年底即将上市

近日,从华泰汽车相关人士处了解到,其自主研发的中国首款中高级柴油轿车华泰 B11 将在年底正式登陆国内市场,具体上市时间定为 12 月 28 日。这款市场期待已久的新车配备了源自意大利 VM 技术的 2.0T 清洁柴油发动机以及卡瓦奇 1.8T 汽油发动机,并匹配了源自德国 ZF 技术的 4 档手自一体变速箱以及手动变速箱。同时,该车还首次搭载了华泰汽车与 Intel 共同研发的实时车载智能决策系统 TIVI?,成为真正意义上的 3G 互联智能汽车。结合不同的配置,华泰 B11 将同时推出多款车型,以满足消费者的多元化选择。近期,在全国的华泰汽车经销店内,消费者将可一睹这款车的真容,并进行预订。

自北京车展首次公开亮相后,华泰 B11 就一直备消费者受的关注和期待。除了让人过目不忘的大气尊贵外观,华泰 B11 更以绿色低碳的强劲动力、智能时尚的科技配备和前瞻领先的安全性能等突出优势,为消费者带来了全新的价值感受。正如华泰汽车集团总裁刘志刚所说的那样:这款车无论是车身造型、内部空间还是各项配置均已接近 C 级轿车的水准,华泰汽车将其推入 B 级车市场,形成了越级的竞争优势,以此实现“后发而先至”的轿车战略。

其实,作为开创自主中高级柴油轿车先河的一款车型,华泰 B11 的绿色清洁动力无疑是最大的亮点。该车搭载的 2.0T 清洁柴油发动机由华泰汽车和意大利 VM 公司共同开发,并拥有完全自主知识产权。这款清洁柴油发动机采用了独有的智能高效动力系统 TECV?,该动力系统集成了中冷废气再循环(EGR)技术、德国博世高压共轨电控燃油直喷(CRDI)技术和可变截面涡轮增压(VGT)技术三大国际领先的柴油机技术,与同级别的直喷汽油机轿车相比,动力提升 50%以上、油耗降低 30%左右。再配合以源自德国 ZF 技术的手自一体变速器,使整车动力输出充沛顺畅、油耗极低。

而在环保方面,柴油版华泰 B11 已经率先达到了欧 IV 排放标准。与汽油机相比,其碳氧化物排放量减少 25%左右、温室效应气体排放低 45%左右、可形成臭氧的碳氢化合物排放仅为汽油机的三分之一,环保意义不言而喻。

当前,能源、环保等问题日益凸显,动力与节能兼顾的车型更受消费者的青睐。在这种情况下,华泰汽车结合自身技术优势,适时推出国内首辆中高级柴油轿车,在为消费者提供低碳出行全新选择的同时,这款实力车型的推出也必将引发国内中高级车市新一轮竞争格局的调整。

|AD

ctrip 携程

携程出行指南

旅游度假人气指数

国内 TOP10	关注变化		国外 TOP10	关注变化	
哈尔滨	37%	↑	马来西亚	82%	↑
亚布力	29%	↑	日本	56%	↑
北京	25%	↑	澳大利亚	40%	↑
丽江	20%	↑	马尔代夫	34%	↑
香港	12%	↑	新加坡	31%	↑
厦门	4%	↑	印度尼西亚	24%	↑
澳门	3%	↑	韩国	15%	↑
三亚	2%	↑	泰国	7%	↑
上海	-5%	↓	埃及	-10%	↓
桂林	-24%	↓	柬埔寨	-20%	↓

(10-12-14 到 10-12-20)

携程专家点评:

本周的人气明星是哈尔滨-亚布力冰雪旅游线路,出行人数和预订量又有明显提升,报价也随之有明显上涨。北京线路也位于人气涨幅前列,携程与北京旅游局合作推出的《非诚勿扰2》团队游产品,吸引了很高的关注度。

出境游方面,随着新年春节临近,出现了一个旅游热潮,大部分线路人气上涨,尤其是东南亚进入预订高峰。海岛线路表现都很突出,特别是普吉岛、马尔代夫、巴厘岛等。日韩线路因为季节因素明显升温。

携程建议:新年春节三亚自由行等已经可以预订,由于海南的调控政策,旅游价格相比 2010 年春节明显下调,建议抓紧预订。明年春节的日本、韩国、泰国等线路,报价涨幅较小,适合出行。

* 携程旅游度假人气指数是国内领先的在线旅游服务商携程旅行网,深入研究每日超过 1800 万的目的地访问数据,依据科学模型权威统计发布,客观地反映了旅游消费趋势及目的地关注变化。

机票价格指数

城市	最低折扣	最低价格
北京 - 上海	3 折	340
北京 - 广州	3 折	510
北京 - 深圳	4.5 折	790
北京 - 杭州	2.5 折	290
北京 - 成都	3 折	430
北京 - 青岛	3 折	210
北京 - 大连	4 折	280
北京 - 武汉	3 折	320

注:机票价格及折扣信息仅供参考,均不包含机场建设费和燃油附加费

(10-12-27 到 11-1-2)

酒店价格指数

城市	酒店名称	星级	门市价	会员价
北京	北京唐拉雅秀酒店	5	2875	650
上海	上海华美国际酒店	4	900	298
广州	广州云山大酒店	4	898	358
青岛	青岛颐中皇冠假日酒店	5	1336	906
杭州	杭州香格里拉饭店	5	2070	1150

双重低价保证,三倍赔付承诺:贵了,携程赔您 3 倍差价!

备注:酒店价格及优惠信息仅供参考,具体情况以携程旅行网(www.ctrip.com)公布为准。

www.ctrip.com
400 820 6666
m.ctrip.com(手机上网)

无论何时何地,手机拨打即可注册为携程会员
开始体验便捷的旅行服务,享受丰富的积分奖励

黄金时代在我们面前



马蔚华
招商银行行长

亲爱的读者:

"时间是世界上一切成就的土壤。它给空想者痛苦,给创造者幸福"——美国管理会计的创始人麦金西曾如是说。在时间的长河中,30年只是短短一瞬,可在中国银行业的改革史上,它却意味着一系列波澜壮阔的大手笔及其带来的不凡成就。在经历了必然的改革阵痛之后,中国银行业在规模体系、经营绩效、体制机制、服务功能等各个方面都日臻理性成熟。特别是在国际金融危机阴霾尤在的今天,我们赢尽了褒扬赞许的目光。

在可以预见的未来,中国银行业的发展仍然有让西方同业羡慕的有利条件:农村城镇化、农业工业化进程加速推进,产业结构不断优化升级,社会金融需求日益增长,居民消费革命快速掀起,金融生态日趋改善,公平竞争的环境正在形成……然而,这并不意味着高枕无忧的日子已经到来。随着全球经济金融步入后危机时代,我们迎来了经济金融改革的战略机遇期,从经济运行到宏观调控,从监管标准到金融政策,从直接融资到利率市场化,从科技革命到企业变革,从市场需求到同业竞争,所有的领域都在看似平静的表面下暗流涌动、瞬息万变,无时不在考验着改革者的视野、胆识、魄力和耐性,令我们不敢有丝毫懈怠。

在我看来,中国银行业欲迎接真正辉煌的明天,必须倾力演好转型、创新、管理三出重头戏。

从传统的外延粗放型方式到内涵集约化道路的转型,是中国银行业的必然选择。"十二五规划"和近日召开的中央经济工作会议进一步提出了加快转变经济发展方式的要求,我国银行业长期赖以生存的那种以经济高增长带动信贷高投放、以信贷高投放促进经济高增长的经营环境将渐行渐远,加快转型符合科学发展观和"十二五"规划的内在要求。更重要的是,我国银行业正面临着日益加大的资本约束的压力,实施转型已刻不容缓。银监会正在加快推进巴塞尔协议的实施,对银行提出了更加严厉的资本充足率、动态拨备率、杠杆率、流动性比率监管的要求。据测算,以年均16%的信贷投放增速,并按照过去三年间平均的信贷结构比例计算,包括今年在内,未来5年我国银行业将增加约33.7万亿元风险资产,如果按照巴塞尔协议Ⅲ对银行业正常情况下10.5%的资本充足率要求和2.5%的逆周期超额资本计算,则需增加资本4.38万亿元,再以银行业2009年税后利润6600亿元为基数、年均增长20%计,且将50%利润留成作为内生资本补充,我国银行业未来5年内将会出现高达约1.9万亿元的资本缺口。在这种情况下,如何强化资本管理,加快构建资本节约型银行,进而真正实现内涵集约式经营,成为我国银行业必须直面研究解决的重大课题。

> ***所有领域都在看似平静的表面下暗流涌动、瞬息万变,无时不在考验着改革者的视野、胆识、魄力和耐性,令我们不敢有丝毫懈怠***

从理念与文化、体制与机制、服务与产品等方面入手全方位加强金融创新,是银行业发展的源动力。美国一位金融高管曾经说过:"跟着客户的需求走,迅速创新,一直是华尔街长盛不衰的秘密。所以华尔街永远不会死去。"华尔街在其200多年的发展历程中,具原创性意义的重大金融创新就多达上百种,每一次创新都拓展了金融业的发展空间。尽管此次国际金融危机之后,对过度金融创新的批评一度不绝于耳,但因噎废食显然不足取。我们必须意识到,与西方发达国家相比,我国的金融创新才刚刚起步,金融市场的发展和金融衍生工具的创新运用还存在相当大的差距。当前我国银行业面临的主要矛盾不是创新开发过度,而是创新不足。我们仍应鼓励银行业在风险可控前提下积极开展那些基于实体经济需求的金融创新,增强金融体系的竞争力与活力。

如果说,转型是发展的方向,创新是发展的武器,那么管理则决定了发展的半径。中国银行业转型与创新能否取得成功,关键在于管理,后者是我国银行业与国际先进银行相比而言的最大差距所在。国内银行应在管理上狠下功夫,积极学习借鉴国际先进银行的成功经验,结合自身实际努力探索,着力提升资本、成本、风险、服务、流程、人力、IT等各方面管理的水平。

在风险与矛盾交织、缓和与波动并存中,致力于加快转型、强化创新、提升管理的中国银行业仍将奋力前行。而头顶,新的转机和闪闪的星斗,正在缀满没有遮挡的天空。我们相信并准备迎接更加美好的明天的来临,正如马克·吐温所形容的那样:"黄金时代在我们面前,而不在我们背后。"

马蔚华

代工业只有转型才有出路



李焜耀
明基友达集团董事长

亲爱的读者:

20年对个人来说或许是漫长的,但放入历史长河却只是短暂的一瞬。

我回眸过往经历的一切,特别感谢我的家人、同仁,乃至更多朋友,一路上给予最大的支持和包容,一起渡过难关,不断迎接挑战,让不可能成为可能。现如今,公司站上全新的高度,我个人也踏上又一新的起跑点。展望未来,公司管理和下两代接班人的培育,会是往后十年的工作重点,希望透过公司在业务上的成长,在新兴国家市场的成长,让更多年轻人拥有更美好的生涯舞台。

过去20多年来,我们走过科技发展的关键时代,历经网络泡沫的巨大冲击,投入翻天覆地的数字革命,见证人类社会生活形态的剧烈变迁。顺应产业与市场发展的大势,明基也从既有的1C主业,迈入多元化产品3C领域,再进一步超脱旧有的3C思维,改从消费者需求面出发,来提供兼具技术创新与差异化价值的整合服务,从追求数量规模的竞争,逐步转向社会价值的不断创造。这期间,虽然我们走得很辛苦,但却收获了更多的幸福。

往后十年,会跟过去有很大不同,譬如新兴市场和经济体的规模会逐一超越已发展国家,其中所带来的经济需求与生活面向,与过去有很大的不同,这对我们来说意义非凡,也代表无穷的希望。在集团整合与改造过程中,明基会成为亚洲新兴国家地区的强势品牌,运用科技能力和定义生活的能力,来实现消费者在生活中所追求的快乐与幸福感。不只是产品,包含把技术用到生活产业、医疗产业,甚至很多跟日常生活有关的生物科技,都有可能发生。

> ***对以代工制造为主的台湾企业来说,未来必需转型到加值的空间中去,主要包括软实力、文化、总体各领域的创新***

作为一家富有代表性的企业,明基友达是最早进入大陆耕耘的公司之一,我们所走过的路曾经是台湾代工产业的缩影。过去仰赖快速高效的管理能力和优秀人才,随着工厂西进到大陆,成就了大陆的管理人才,也拥有了充足的资金,很快就形成气候。放眼望去,全世界经济体的发展过程都有些类似,会逐渐进入市场竞逐。

反观台湾代工产业,在经过一个全速发展的时代后,未来十年会面临很大的困难,会非常辛苦。因为竞逐草场与水源的竞争对手越来越多,代工产业是游牧民族的不归路。而明基友达希望能走入品牌的经营模式,这是必由之路,以免丧失高成本经济环境下的竞争力。相对而言,我们集团走得比台湾其它企业更快,包含科技与服务产业、软件、医疗以及内容的经营等等,因为这些产业随着人类生活成本的提高会形成更大的商机,而不像代工的毛利是会缩减的,未来我们会再寻求更多机会。

我相信,要因应未来趋势、掌握发展潮流,对以代工制造为主的台湾企业来说,未来必需转型到加值的空间中去。主要来自于软实力、文化、总体各领域的创新,这中间的空间非常大,各企业都可以找到最适合自己的创新之处。而企业产业转型发展,也能够带动经济社会的全面发展。虽然台湾是以汉文为主,汉人占多数,但也是一个民主、自由、多元丰富文化汇集的场所,应该要发扬这种总体文化,融合经营大市场的历练,扩散到全世界去成为主流力量。让台湾成为制造王国的时代已经过去,未来要走向主流文化经营者的改变。将产品走向也定义到此,这是企业要思考的。我想对众多内地企业来说,也具有一定的借鉴意义。

现在东方社会与新兴国家正在崛起,就西方国家的角度看,不可避免会有大国的失落感。其实,这反而是发达国家把高利基市场扩充到东方的机会。虽然会遇到很大竞争,但利益远大于冲击。

东方的中产阶级增加,西方还是受惠。像过年时我到巴黎探亲,精品店里都是东方面孔。这样的购买力所带给西方既有基础的品牌,是很有利的。我真心希望未来大家可以用和平与均衡的态度,让东西方文化更好交融,进一步增进彼此的了解,也能让整个世界变得更和谐。

李焜耀

鹏华基金
鹏友多 心灵公益
PENGHUA PUBLIC WELFARE

将心的力量传递给世界

"鹏友多心灵公益计划"是鹏华基金和社会大众分享心灵创造力的公益品牌。鹏华基金相信履行社会责任需要创新的公益理念,而超越捐钱捐物、传递心的力量是企业公益活动新的方向。鹏华基金希望联合社会心理学家、心灵公益慈善团体及志愿者等合作伙伴和客户共同提升心灵创造力,应对工作与生活中的心理压力,实现个性与自我发展。另外,鹏华基金鹏友多心灵公益项目还将对特定群体提供心灵抚慰计划,通过温暖心灵为和谐社会贡献一份精神力量。

鹏友多心灵公益计划 开创公益新模式

今年1月鹏华基金确定了"鹏友多心灵公益计划"为战略发展的公益品牌。至今,鹏友多心灵公益计划已推进如下四个项目:

(一)鹏友多心灵公益计划启动仪式暨首场心灵养生讲座

2010年4月16日,"鹏友多心灵公益计划"在深圳正式启动,并举办了"投资人的心灵养生课——金融精英压力管理与心灵创造"专题讲座。

(二)鹏华基金·鹏友多汶川心灵公益日

"鹏友多汶川心灵公益日"计划在2010年5月至12月的每月第一个周末在汶川开展相关活动。活动内容包括定期举办心理讲座、心理咨询、危机干预心理辅导等内容。

(三)鹏华上证民企50联合公益计划

该计划是鹏华基金联袂上证民企50指数成份股公司及专业社会责任咨询机构的跨界创新公益行动。鹏华基金希望联合50家成份股公司共同提升社会责任执行能力,联合开展社会公益活动,回报社会,共同创造一个基金行业影响力最广的公益平台。

该项目中长期规划包括:鹏华上证民企50社会责任执行能力培训提升计划;鹏华上证民企50联合公益互助行动;鹏华上证民企50投资者心灵公益计划等。

(四)鹏华基金玉树心灵公益加油站

2010年7月底,鹏华基金进一步推进"鹏华上证民企50联合公益计划",携手上证民企50成份股公司万通地产旗下的万通公益基金会共同开展玉树心灵公益行动,并于9月10日建成玉树心灵公益加油站。

风鹏正举 华章永著

热烈庆祝鹏华基金管理有限公司成立十二周年

"筚路蓝缕,以启山林。抚有蛮夷,以属华夏。不鸣则已,一鸣惊人。"这段《左传》中记述古楚先民创业过程的话,正好可以用来诠释中国基金业12年艰苦而辉煌的创业历程。

得益于国内居民日益增长的理财需求和中国证券市场的飞速成长,基金公司携手基金持有人共同书写的理财和创富故事在世界上广受瞩目。而作为中国最早成立的基金管理公司之一,鹏华基金12年的发展历程就是兢兢业业,精益求精,不断致力于为广大投资者提供更为全面和优质的投资理财服务的过程。

截至2010年10月,鹏华管理的资产规模超过1100亿元,其中包括十七只开放式基金、两只封闭式基金,以及全国社保基金组合和特定客户委托投资资产组合等。12年来鹏华基金不懈进取,投资风格稳健进取,产品线布局日趋丰富,投资管理能力不断提升,风险管理系统更加巩固,品牌知名度日益提升,截至2010年6月30日,鹏华基金累计为投资者分红达到170多亿元。为基金持有人提供绩优的理财产品,分享创富智慧,是鹏华基金始终肩负的使命和责任。

在投资研究方面,稳健成熟的投资理念与优秀的投资研究团队成就了鹏华基金持续稳健的投资业绩。2009年,鹏华旗下股票型基金、混合型偏股基金与债券型基金的净值增长率均超过同类基金平均水平。持续稳健优异的业绩是鹏华价值优势、鹏华中国50、鹏华丰收债券基金入选金牛基金、鹏华基金能够获得金牛基金公司殊荣的关键因素,也是鹏华基金长期以来为持有人带来稳定投资回报的基础。

始终把基金持有人的利益放在第一位,以客户为本,360度了解客户、服务客户是鹏华基金营销和客户服务的宗旨。作为基金营销的实践者、思考者和领军者,鹏华基金追求的是在进行基金营销的过程中,引导投资者养成更科学的理财观念,真正做到满足每个客户的个性化理财需求,为每个客户寻找到适合的理财方案。

完善的内部管理和科学严密的风险控制体系是鹏华基金多年来为基金持有人带来稳健的投资回报,为客户提供全面、专业理财服务的基础。借鉴全球广泛认可和应用的COSO委员会的《内部控制整合框架》和《企业风险管理整合框架》,鹏华从2008年开始倾力构建一体化全面企业风险管理内控体系,这在中国基金行业具有鲜明的创新和示范意义。公司首推标准化流程建设,将监管要求、公司战略、业务目标、风险管理和日常运营有机融合,稳步推进基金运作前台、中台和后台的所有业务领域流程标准化,同时,借助信息技术手段,让建立并完善公司知识库,流程管理(PM)、风险管理(RM)和知识管理(KM)成为鹏华基金企业内部管理和风险管理体系整体架构的三个稳固的底层支柱。

经过12年的不断发展,鹏华基金已建立了富有特色的子品牌体系,涵盖了业务、产品线、公益等多个层面。鹏华基金旗下子品牌包括:

"鹏友会俱乐部"——国内较早投资者俱乐部
"鹏诚理财"——"鹏程万里,诚意万分",鹏华基金专户业务品牌
"鹏友E家"——鹏华网上交易品牌
鹏华基金•LOF乐富专家™——鹏华旗下LOF品牌
鹏华基金•易托富•™一起富™——鹏华旗下ETF品牌
"鹏友多"心灵公益计划——鹏华基金和社会大众分享心灵创造力的公益品牌

鹏华基金在实现自身稳健成长,为客户提供专业、周到的投资理财服务,为股东持续实现投资价值的同时,始终不忘社会责任,为社会奉献长久的责任回报,发挥企业能量。坚持做负责任的基金管理公司,对鹏华基金来说,不仅是一种信念,更是一种行动。多年来,鹏华基金累计为各项公益事业捐款超过1000万元。为更好的、持续地履行社会责任,2010年4月16日"鹏友多心灵公益计划"在深圳正式启动。鹏华基金相信履行社会责任需要创新的公益理念,超越捐钱捐物、传递心的力量是公益活动新的方向。在"鹏友多心灵公益计划"下,2010年5月8日,借助"鹏友多心灵公益计划"的公益平台,"鹏华基金•鹏友多汶川心灵公益日"正式启动,2010年6月,鹏华基金联袂上证民企50指数成分股公司及专业社会责任咨询机构发起"鹏华上证民企50联合公益计划"。

12年春秋华载,弹指一挥间。12年,鹏华基金通过不断的努力进取,为未来的健康发展奠定了牢固的基石。但是从一个更广阔的纬度来说,在世界基金业的历史长河里,在未来中国基金业的发展历史上,12年是短暂的。在未来的岁月里,鹏华基金将一如既往地以诚信为基石,以"尽心尽力,真诚服务"为宗旨,坚持与时俱进的价值投资理念,增进与广大投资者的多方位交流,积极为广大投资者提供更专业化、个性化的理财服务,为我国资本市场发展做出新的贡献。

网址:www.phfund.com.cn 客服热线:400-6788-999

基金投资需谨慎

家族企业“青春不老”的梦想

亲爱的读者：

你们好！

非常高兴能和大家一起讨论关于“未来”的话题。

不久前，我在和香港的投资者交流时，也谈到了相关话题。他们对我说，如今买股票，创始人不参与管理的中国公司股票都不会买。因为他们研究过，离开创始人管理的中国公司，好像都不如创始人继续参与管理的公司做得好。我们一起算了一下，中国离开创始人管理而依然力拔头筹的公司好像没有超过两家。大家也可以在IT、电器、互联网等各个领域观察一下，创始人参与管理的公司是不是都领先于创始人不参与管理的公司？

这个数据对我们所有人来说，都有点残酷。安踏经过20年飞速的发展，已经步入稳健成长期。但问题是，人不可能青春不老，我今年40岁，如何让人创造的企业可以青春不老？

中国改革开放30年，安踏发展才20年，真正系统的发展只有十多年，这和国内的大多数企业一样。在这30年的发展中，创始人往往是企业的灵魂，核心创始人在企业的发展历程中起着支撑作用，企业文化和创始人的文化紧密融合，最终形成了我们所说的家族企业，这是不容回避的现实，也是我们未来需要解决的问题。

家族企业不是洪水猛兽。汤普森金融咨询公司对欧洲家族企业进行一次全面的调查分析显示，在法国、德国、意大利、西班牙、瑞士及英格兰的股市中，家族企业板块近10年的总体走势要强于没有血脉传递关系的企业板块。而一些经济界人士也认为，家族对企业的绝对控制非但无害而且有益于企业的长远发展，因为家族企业拥有一般企业没有的东西：维护家族团结和财富的共同愿望。离我们最近的例子，就是王永庆先生创造的台塑集团。

所以家族企业不是问题，而家族化的管理才是问题——老婆管钱、弟弟管销售、妹妹管生产……这种个体户式的家族化管理模式能够在企业发展过程中发挥一定且特有的作用，比如对成本的控制，甚至直至现在也依然能发挥重要作用。但当企业发展到一定规模时，如何避免家族化对企业管理的影响成为关键，否则必然不能长久。

以安踏为例，2007年，安踏满16岁的时候，香港联交所上市的钟声成为了安踏的成人礼炮。这时候，作为一个社会公众公司，本着对全社会负责任的态度，公司管理需要系统化、规范化、制度化、集约化、流程化，而不能像以往家族化管理时可能有感情因素、面子因素、关系因素影响决策的情况存在。

另一方面，上市后，我们的竞争是在全球层面和国际企业竞争，所以必须引进全球最优秀的人才。我想任何一个再优秀的家族也必然不可能在生产、销售、品牌、营销、财务、人事等各个领域存有世界性人才。

更重要的是，家族化对企业管理的影响。试想：一个管理者、职业经理人，如何对董事长的老婆、弟弟发号施令？即使董事长授权，董事长的亲戚也愿意接受指挥，恐怕在中国人的面子文化下，该管理者也不会那么去做，毕竟显而易见的关系在那儿摆着，谁愿意去做那个恶人？归根结底你还是在给别人打工。更何况这其中是否还存在对抗、反对？这往往是家族化企业面临的最重要问题，否则以上所讲的“招投标”、“公平公正公开”、“在世界范围内招贤纳士”等工作，家族成员同样可以去做。

香港的投资者说，离开创始人管理的中国公司，好像都不如创始人继续参与管理的公司做得好

因此，如何在管理中“去家族化”成为企业发展壮大的关键。这其中需要激励，更需要理解、支持、宽容。很多曾经起步不错的家族企业最终功亏一篑，家族化管理是很重要的原因。在此，我也向我的家人表示由衷的敬意和感谢。

20年前，我们创造了安踏，今天，我们和国内的许多创始人一样，希望自己创造的企业能够“青春永驻”。我们这批人终有一天会老去，但我们有权利探索让我们的企业能够“青春不老”的秘诀。在此与国内正在孜孜探索的企业家朋友们共勉。

在2010年即将画上句号之际，谨向勤劳勇敢的同胞们献上最美好的新年祝福。

丁世忠



丁世忠
安踏体育用品有限公司董事局主席兼CEO

未来十年，我们和中国一起转变

亲爱的读者：

前几天我刚从迪拜的一个论坛上回来，会议讨论的其中一个议题是“权力的转移(Power shift)”。越来越多的经济学家认为，对于世界的主导权力正在从西方向东方转移，特别是向中国、印度等新兴经济体的转移。不管这种转移在实际上发生到什么程度，我们已经不能不去认真地思考由此而带来的几个问题——未来的中国将会发生怎样的变化？企业将会发生怎样的变化？我们如何面对世界新格局下带来的挑战？

十年不可能解决我们将面对的所有问题，中国还需要奋斗十年、二十年、三十年、五十年，我们需要不断学习，不断实践

过去30年，对中国人来说是很幸运的。可能我们最大的收获不是GDP成长了多少倍，而是我们被关注了、被关联了。我们生活的全部都与这个世界紧密地联系在一起，中国的话题也变成了世界的话题。

30年间，我们的思维方式，做生意的方式甚至是我们每个人的生活方式都以最快的速度融入到全球，我们用经济的成功，用我们的奋斗和创业的精神改变了世界对中国人的认识。

30年前，我们是一个贫穷的国家。在转变与经济发展过程中，我们用最简单的推动力来唤醒等待了已久的民众，我们在不断地学习、实践和创新的过程中度过了许多风险。30年过去了，一个刚刚进入小康社会的中国，可能会因为财富或者还不够充足的财富，而产生更多新的问题——社会贫富差距、财富的分配、社会保障体系、全球化对我们政治经济的影响、适合新时代的金融与投资体系的构造等等为我们提出了许多新的挑战。

未来十年，我们每个组织、每个人都会遇到一个不可绕过的挑战——发展模式的转变。中国作为世界经济中的重要一员，经济规模和发展也将与国际的经济政治更紧密地结合在一起；市场将更多地从政府的推动变成市场本身地推动以及每个老百姓个体推动。在这样的进程中，只有老百姓富足，才能创造市场真正繁荣的动力，这也意味着所谓内需的拉动，其实是来自于众多富足的民众的创造与消费所带来的。

中国在作为全球经济发展的拉动力的同时，也拉动了本国的物价。在中国还有很多人生活在贫困线以下，而生活必需品的价格却在以超出GDP的成长速度上涨，个人收入的提升已经成为保证生活质量不变的必须条件。

如果说获得一个强大内需市场需要的是全民更多的消费，而全民消费能力的提升已经不简单是工资提升问题。我们需要的是平衡所有因素而创造出真正的消费能力。中国过去的产业成本结构、价值空间、市场的竞争能力都不足以承受一个快速成长的成本和保持个人收入水平的实际性提高。

我们的企业也将面对着经营方式、生产方式的转变，从企业角度来讲，要从思维的层面和文化的层面进行变革。

中国靠低成本来竞争的时代不会走的很远了，靠机会和政策获胜的机会也会越来越少。未来的十年，中国企业将会面临一个竞争能力重构的问题，创新将成为中国企业必须拥有的武器。中国的企业要么在转变中走向今后更辉煌的10年或更远，要么就是走向过去成功的终结。

从东软的发展过程来看，我认为，东软必须看到这样一种趋势——在其国际化的进程中，我们越来越开始融入到这样一个被“碾平”的社会，我们的竞争能力要建立在参与全球竞争的基础之上，在国际化与被国际化之间，我们要更主动地选择一个更高的企业经营标准。我相信，未来的十年，一定是有更多的中国品牌浮出水面的十年。



刘积仁
东软集团董事长兼CEO

同时，未来十年在人才的竞争方面会更加突出。人才在企业的流动率会变得更高，表现出人的期待在不断提高，每个人都会努力地希望在短期内获得成功。所以，未来的10年也一定是充满活力、激情和创业梦想的10年。

今天，每个人都生活在一个充满梦想的世界，一个充满大量信息的社会。网络时代、数字化时代对社会、家庭、个人的影响力会更进一步加强。10年后对网络没有使用能力的人会遇到生活的不便，而这个数字社会对个人的健康、家庭和生活的影响也绝对不可忽视。

人类生活在快速变革和发展过程中一定会出现这样或那样的问题。我们需要有更高的智慧来解决这些问题。十年不可能解决我们将面对的所有问题，中国还需要奋斗十年、二十年、三十年、五十年，我们需要不断学习，不断实践。我十分期待看到更崭新、更现代化、更文明的中国带给人们工作和生活方式的改变。

刘积仁



对外EMBA，培育全球化经济中的企业领袖

精湛之师 | 秉持“唯贤是举、唯能是用”师资聘用原则，恪守“333”式师资管理，坚持严格淘汰制的师资品质要求，一切以中国企业的需求为标准。

精致治学 | 超越中西体制之争，完美融合世界前沿的管理理论与本土实践，严格教学质量控制体系、授课管理机制，坚持全球视野和中国企业决策的导向性。

精英聚合 | 独树一帜的终身教育平台，兼具广度与深度的校友网络，聚拢政企高端管理英才分享成功经验结交真心挚友，积累事业资本及人生财富。

垂询电话：86-10-64492021

邮箱：emba@uibe.edu.cn 地址：北京市朝阳区惠新东街10号对外经济贸易大学国际商学院宁远楼810室 邮编：100029

引领渠道变革 平安打造电话车险金字招牌

三年前，其以孤单英雄的气魄开创电话车险市场先河，几年后，在众多对手的强力角逐中，其依旧遥遥领跑，毫不懈怠，带着天生创业基因的平安电话车险再一次展示了其顽强的斗志和生命力，随着不断地深化和创新，站在巨人肩上的平安电话车险注重品牌与细节，正在多角度打造一个金字招牌。

重金塑品牌

随着贺岁大片的上映，分身乏术的葛优为平安电话车险演绎了一出“省钱经”，当其貌似神秘的一句“电话车险选平安”，不仅吸引了消费者，也成了平安车险最愿意听到的台词。广告的背后也仿佛在宣告电话车险从最初的基础投入到了品牌大战的时刻，毫不意外的是平安又抢跑了。

平安电话车险相关负责人表示，邀请葛优作为形象代言人，正是看重其特有的葛式幽默。“葛优一直坚持走实力派路线，并且戏路宽，演艺生命比大多数男演员都要长，比较‘货真价实’；而且他和善、幽默的形象也显得更为亲民，能够完美演绎平安电话车险优惠实在的产品特质”。

第一家拿到电话车险牌照，第一家盈利，第一家保费超百亿，平安电话车险以每年100%的增长速度在引领着电销渠道的方向，也在无形中塑造着平安的金字招牌。

据了解，截止11月，平安电话车险已经完成了百亿保费，在短短三年时间里打造了一家排名前十的中小型公司。这在其电话车险负责人看来，是前期投入的巨大成功。自2004年开始，平安开始投入电话车险系统建设，每年耗资数千万，2008年投入超过4000多万，2009年将近7000万。一方面，引进了国际先进的电话系统，澳洲、英美的仅能支持最多2000人同时在线，平安现在可以支持超过10000人同时在线。另外，为了培训专业的坐席，聘用讲师达181人，各类别课程共计138门，仅2009年组织各层级培训611班次，参训人次达6.2万，目前他们已经实现了实时报价，只要报上车辆基本资料及需要险种，3分钟内即可得出车险价格。

在市场培育方面，他们也做了巨大的投入，自2007年以来，接近3个亿的市场教育和品牌推广投入，仅2009年市场费用超过1.1亿做市场教育和品牌宣传，覆盖全国39个省市自治区，300多个地市级机构，无论是平面媒体、电视、广播还是路边站台都有了平安的阵地，使平安电话车险成为全国车主耳熟能详的知名品牌，成为电话投保的首选品牌。

平安电话车险负责人表示，电话车险高速发展非一朝一夕之功，需要有良好的品牌积淀，长期的发展规划和持续的巨额投入，此次聘用葛优为代言人，就是在突破以往的投入模式，寻求品牌力量的认可。

目前电话车险的资格主体已经多达12家，还有几十家排队申请电销牌照，而以平安为首的前三家公司已经占领了车险电销近90%的份额。后来者还停留在招兵买马、人员培训的阶段，两极分化的现象明显。先行先试的平安电话车险则已近开始迈上新的竞争台阶，抢先树立行业品牌，把竞争者远远甩在脑后。

细节显诚意

除了在品牌形象上不惜重金，平安电话车险在服务的细节上也是精雕细琢。

为了规范坐席在销售中的的品质监控，平安电话车险每天抽检坐席电话超过1000件，全程录音，保证服务品质。为了减少电话销售中的扰民现象，平安车险出台了“三项纪律八大注意”，严格要求坐席人员规范销售。

为了电话车险弥补远程交易的感情缺失，平安电话车险在各地机构专门设置了电销业务部，使服务本地化；此外，平安电话车险还推出“爱车大管家”服务。在每一位客户的保单上，都有一张大管家的名片。车主出险后只需拨打大管家的电话，就可以享受一对一的服务，完全不用再为车险理赔的事操心。而针对不同地区，平安电话车险还推出各种特色服务，比如，代步车、非保险事故道路救援、三代办服务等，以不断升级的服务来满足车主多样化的需求。

从理赔服务体系上，依托平安95512电话中心、后援集中平台和全国理赔服务网络，平安电话车险客户可享受全年无休的出险接报案和咨询服务、理赔一条龙的直赔服务、异地出险就地结账的全国通赔服务等；首推全程代办理赔服务，客户出险报案后，平安产险会立即派人上门查勘定损，并将车送至修理厂维修，修好后把车送还给车主无需车主来回奔波，这和4S店的一条龙服务没有任何差别。

从理赔服务时效上，平安车险从04年开始关注理赔处理时效，至今已持续5年对全国开展全流程、分环节理赔时效的考核。2009年3月23日，平安正式向全社会郑重承诺：“平安车险，万元以下，资料齐全，三天赔付”，截止2009年底，满足平安车险万元承诺的赔案350万件左右，三天承诺达成率占比99.87%，2009年度平安产险万元以下理赔案件平均结案时间为0.48天。经过细心地耕耘，平安电话车险以66.2%的续保率领先行业平均水平11个点，并取得了超高的品牌美誉度和品牌认知度。

而在平安的带动下，各家也把理赔速度作为衡量服务的标准之一，纷纷提出了更高的要求。据业内人士预计，2011年电话车险市场规模还将翻一番，再加上其优于传统渠道的盈利空间，电话车险已经成为各家保险公司青睐的香饽饽，无论在资金还是人力上都做了巨大投入。

平安车险负责人表示，从最初的价格优势到现在的服务竞赛，电话车险对比的要素将更多的在服务的品质和体验的具体感受，平安集团22年树立起来的金字招牌，是平安电话车险品牌的坚实基础。而我们自己也会用强大的城市配送和贴心的服务诚意打造电话车险的金字招牌。

|AD

创新的火花需要更多自由

亲爱的读者：

很高兴能通过这封信，与你分享我及微软公司同仁对未来、对创新、对中国的看法。21 世纪的前十年即将被永久收藏于历史的浩繁卷帙中，我们很快便会跨越下一个十年的起跑线——诚如《经济观察报》的朋友们所言，在当下这个时点上，中国恰恰处于一个“转型的关键时期”，以全球第二的经济体量，拥有巨大的市场、丰富的人才、澎湃的潜力与美好的前景，然而与机遇相伴，挑战亦横亘于前方。从追求经济发展规模到强调经济发展质量，从以劳力、成本为优势的“中国制造”到以智力、创意为竞争力的“中国智造”——梦想触手可及，同志仍需努力。未来会怎样？

那里是一个没有等级、没有特权、没有繁冗礼节的世界，每个人都是一个独立思想体和创新源



张亚勤

微软全球资深副总裁

微软亚太研发集团主席

还是先从让我印象深刻的一份报告、两本书说起吧。

以《美国科技优势渐渐减弱或会被中国超过》为题的报告展示了中国的潜力和美国的危机感——由美国工程院智库提交的这份报告指出，中国当前在科技研发方面的投入越来越多，并在大飞机、超算、高铁、水利工程、太空探索等尖端领域取得了很大的成就；而且美国的数学、物理、计算机工程人才越来越稀缺，反而中国、印度有后来居上之势。读这份报告时，刚开始我很高兴，中国多年来的创新努力终于得到了世界的认可——但转念一想，即便在报告列举的那些领域，中国目前的科技实力仍与美国有着相当大的差距。所以这份报告更多地展现出美国人特有的一种危机感，就像在 30 年前，他们曾担心被苏联超越；15 年前，他们曾担心被日本超越一样。但事实是迄今为止俄国和日本皆未能超越美国——未来的中国可以吗？也许要想成为全球另一个创新大国，我们还应当更谦逊、更务实、更努力。

《Facebook 效应》(The Facebook Effect)是大卫·柯克帕特里克(David Kirkpatrick)撰写的一部创新企业发家史，讲述了 Facebook 这家公司如何与整个世界互联。对我来说，该书令人着迷之处不仅在于其描摹了 Facebook 创始人马克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)与比尔·盖茨惊人相似的个人经历，更重要的是，它让我深思，为什么每隔几年在美国便会诞生类似的创新领袖企业，从微软、苹果、谷歌到 Facebook、Twitter，是何种环境与机制造就了这种创新基因及活力的传承——自改革开放以来，中国也诞生了如联想、华为、百度，腾讯，阿里巴巴这样的创新企业，但从企业数量、创新成果的量级及其对世界的影响上看，中美两国之间仍旧不在一个层次上。因此，作为 IT 产业的从业者，我们身上承负着巨大的责任。

由丹·希诺创作的《创新的国度》(Start-up Nation）则剖析了以色列如何凭借仅 700 万人口的小国成为全球最有活力的创新国家。三年前我曾访问以色列，尽管行色匆匆，但我却被其国民的智慧和坚毅深深打动。我想，以色列的创新实力源自国民意识深处的独立性与批判性，那里是一个没有等级、没有特权、没有繁冗礼节的世界，无论是大企业的工程师还是小公司创业者——每个人都是一个独立思想体和创新源，每个人都很享受挑战和争论的乐趣。这提示我们，创新的火花需要氧气和助燃材料才有可能燎原，中国的科技工作者应该拥有更大的勇气、更多的自主权和更广阔的空间，才有可能冲击并完成令世界瞩目的事业。

小结一下上面三本书给我的启示：当今的中国已真正步入到一个“求智的年代”，国民经济向“智造”转型，人才需求向“智士”升级，维系社会的稳定和进步也需要执政者倾注更大的“智慧”——单从创新来说，中国完全有机会也有实力成为影响世界的又一个创新大国，但前提是我们必须明确创新的目标、优化创新的心态；同时，科技工作者固然对中国智造的未来背负重责，政府和全社会也有必要不断改善创新的环境，构建有利于人才腾挪起舞甚至一飞冲天的空间——接下来，我想谈谈我对全球 IT 产业未来创新与竞争趋势的判断。毕竟，在开始跋涉之前，找到方向是最重要的。

过去十年来，计算、存储、带宽、能耗成为影响 IT 科技进步的四个最重要的参数。摩尔定律令人称奇地持续指引着前三大参数提升的轨迹，并且在今后的十年里，该定律仍将继续有效；与此同时，技术的进步令数据中心、服务器、PC、手机等多元设备的单位能耗(PUE, Power usage effectiveness）不断下降。在这一趋势下，全球 IT 产业未来的竞争将集中展现于“云”和“端”之间的三个领域——我习惯于将之概括为“三大战役”。

一是云计算平台。关于这方面的技术和产业趋势我已讲过很多。眼下包括微软 Amazon、IBM、谷歌在内的 IT 业领先企业都在积极致力于强化其在云平台领域的竞争优势。我想十年内，或许这一领域的竞争格局将逐渐趋向于明晰和稳定——由于建设云计算基础设施建设需要巨大的资金投入、长时间的资源部署和持续的更新维护，只有兼具技术与资金优势的大企业才有能力搭建类似的数据中心，这就注定了未来有实力把握云计算产业话语权和主导权的企业不会太多。

二是移动终端平台。这一领域的战役是越来越激烈了。大致的发展趋势是，用户希望能随时随地、以各类终端(PC、手机、上网本、平板电脑等等)高速接入互联网，获取“云”中丰富的信息与应用，而企业的责任则是为用户提供更简单、可靠、跨平台、个性化的体验。尽管当下围绕移动终端平台的竞争日趋激烈，但最终鹿死谁手尚难预料。

三是 PC 和移动终端平台之间的较量。PC 仿佛变得越来越小，当前主流智能手机和平板电脑的运算能力已相当于几年前的高端 PC。同时，PC 对各类移动互联网终端的支持也越来越好。尽管端的多元化、智能化趋势不可逆转，但 PC 也不会很快消亡，毕竟自 1981 年诞生以来，人们对 PC 这种性能强大的机器的依赖已是根深蒂固，而且对于创建复杂内容与应用而言，现有设备还远不足以完全替代 PC。

今后的十年内，谁在上述三大平台领域建立了竞争优势，谁也就掌握了 IT 产业的话语权和控制权。

求智年代，创新云端——无论如何，今后的十年对于希望百尺竿头、更进一步的中国而言至关重要。我由衷的希望，继续腾飞的中国经济和科技能够在不断为国人创造福祉的同时，对整个世界产生更为有益的影响；我由衷的希望，“中国智造”的明天更美好。

张亚勤



高瑞彬

中国惠普有限公司总裁

我们都有力量来驱动变革

亲爱的读者：

虽然未来无法预测，但是，每个人、每个家庭、每个国家、每个企业都在时刻关注未来。似水流年，在 2010 年即将结束之际，我们需要对全年的成就和挑战做一个总结，并展望一下未来发展之路。尽管我不能给出所有的答案，但以我 20 年的从业经历，我可以解释最近几年 IT 产业为中国经济的高速增长发挥的作用，以及对未来一代的深刻影响。

日新月异，翻天覆地。对所有中国人来说，回过头去看看最近几年在全国范围内发生的巨变，我们会倍感自豪。

25 年前，许多人家里没有安装电话，需要等上几个星期才能收到远方亲人和朋友的信件。现在我们用 Internet 就可以实现跨越时空的沟通。我们不会忘记大家挤在电视前观看中央电视台晚 7 点新闻联播的时代，而现在，我们可以通过手机实时阅读新闻，甚至自己制作新闻。中国已经赶上甚至引领世界潮流。

经过多年的发展，中国现在已经是全球第二大经济体，在很多领域已经处于世界领先水平，也当仁不让的成为金融危机后全球经济恢复的关键驱动者。中国有巨大的潜能对中国和全球的可持续发展的未来提供动力。而在这一发展过程中，毫无疑问，科技将扮演重要的角色。

从长远来看，人口的变化、城市增加、环境破坏引起的气候变化、信息爆炸，都将成为中国亟待解决的问题。在中国已经出台的“十二五”规划中，低碳科技的开发、服务产业的加速增长、创新推广和西部大开发，都是为解决中国所面临的挑战而设计，这些将引领中国经济走向更为成功的未来。

科技在实现上述目标中扮演着一个核心角色，它管理着飞速发展的、21 世纪最有价值的资源——信息，并实现不断的创新。一个更强的 ICT(信息、通信和技术)产业将让中国变得更强大，帮助企业和乡村利用信息化改变人们的生活，进而建立更为有效、稳定的和谐社会。

我们以所面临的挑战之一——气候变化为例，看看科技如何创造可持续发展的未来。

现在，大约有 2%的碳排放来源于科技产业，作为 IT 产业，我们有责任继续改善这一指标。然而，如何利用科技改变另外 98%的碳排放，使碳排放的总量得以全面降低，是我们更大的目标。

科技创新可以改进测量方法、监测环境状况和实时按需供应，让我们更准确的把握一切，减少浪费和降低风险。

比如惠普云杂志(MagCloud)正改变杂志的传统出版模式——不需要出版社、启动成本或其他形式的花费。用户只要简单地将一个 PDF 文件上载到云杂志系统，系统会完成其他的工作：订阅、印刷、邮寄和管理。按需打印的模式消除了巨额的运营和印前成本，那些留在书店和报摊上大量的未被阅读的杂志再也不会被浪费了。同时，我们也可以通过电子书实时获取新闻。

除影响环境外，科技还可以降低中国城市和乡村之间的收入差距，满足小企业主和自由职业者阶层不断增长的需要。

科技也影响着教育、商业和消费者体验。在线、个性化学习、灵活的计算资源和移动计算，使老师、学生、企业家和消费者站在时代的前沿。

如开始所言，我们只能在自身经验的基础上对未来做有根据的预测。然而，肯定的一点是，我们都有力量来驱动变革和实现更具可持续发展的中国。致力于创新和成就我们五年规划目标，将使中国实现所期待的稳步和平衡的增长。科技在其中扮演极为重要的角色，它是创新、效率和变革的驱动力。

通过今天源源不断的创新投入，我们可以让未来变得更美好。我们能找到的答案是，在满足我们需求增长的同时产生经济动力，奠定稳定、和谐的社会基础，同时让我们的经济能力可持续增长。

作为一名中国人，我真心为中国的崛起而自豪，希望中国在世界的和谐发展中发挥更重要的角色；更希望发挥自己的知识和专业经验，为中国的和谐发展贡献自身更大的力量；我也希望大家都快乐地工作和生活，科技使人们的生活变得更便捷、智能、和谐。

高瑞彬

余热利用领域领军企业 杭锅集团近期登陆资本市场

12 月 21 日，杭州锅炉集团股份有限公司(以下简称"杭锅集团"或"公司")本周开始询价招股，并于近期登陆资本市场。杭锅集团主要从事余热锅炉、工业锅炉、电站锅炉和电站辅机等产品的研发、生产、销售、安装，并提供余热发电工程总承包服务，多年来在余热锅炉制造行业保持领先地位。十二五规划刚刚获得通过，节能环保产业被列入七大新兴产业之首，国家给节能环保领域的相关产业给予重点支持。杭锅集团选择这样的时机上市，对其自身的发展来说意义非凡。

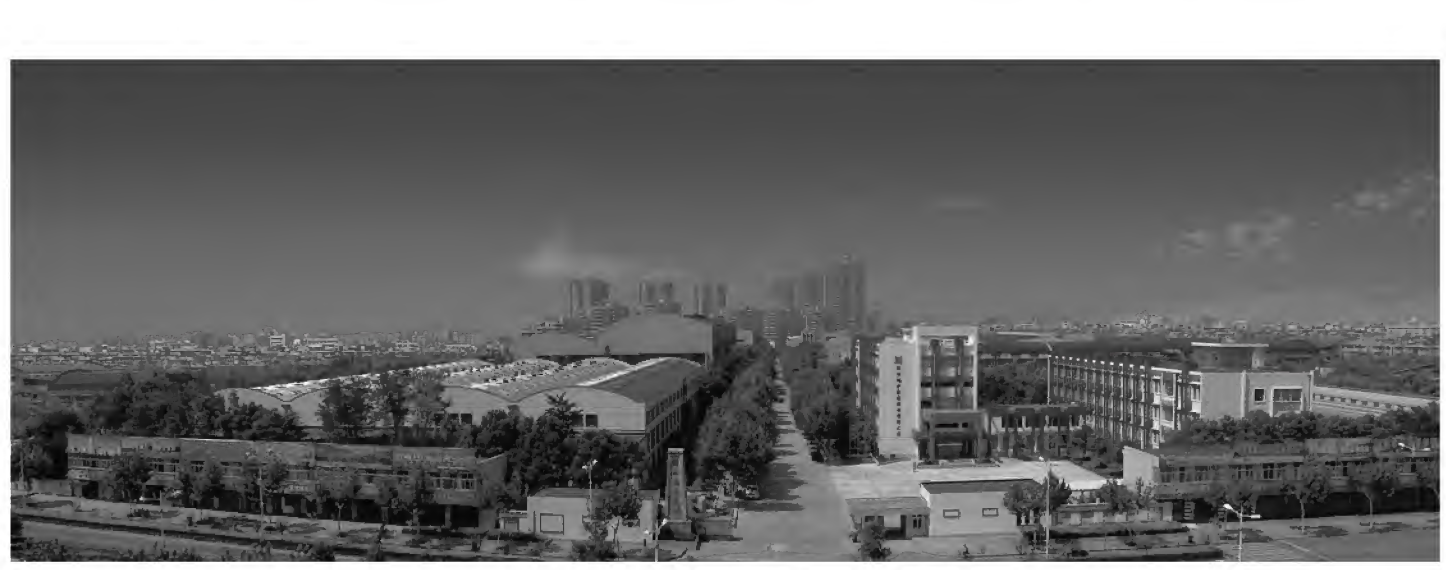
十二五规划最大受益者

杭锅集团的主要产品包括余热锅炉（烧结余热锅炉、干熄焦余热锅炉、水泥窑余热锅炉、燃气轮机余热锅炉)、工业锅炉(垃圾焚烧锅炉、生物质锅炉)、电站锅炉(循环流化床锅炉、煤粉炉、高炉煤气炉)、核电设备和电站辅机等。公司以节能减排产品的生产和研发为主营业务，无疑将成为十二五规划最大的受益者之一。

作为世界最大的能源消耗国，我国政府一直十分重视节能环保工作。温家宝总理曾指出，1990 年至 2005 年，单位国内生产总值二氧化碳排放强度下降 46%。在此基础上又提出，到 2020 年单位国内生产总值二氧化碳排放比 2005 年下降 40%-45%，并把此减排目标作为约束性指标纳入国民经济和社会发展的中长期规划，保证节能减排工作在执行中受到法律和舆论的监督。大力推广余热锅炉，促进余热的回收利用是落实节能减排、减缓全球气候变暖的重要举措。余热锅炉应用范围广泛，在高耗能的电力、冶金、建材、化工以及轻工、城建、机械等领域，均适合配置。在国家大力推行节能减排工作的背景下，余热锅炉行业必将面临空前的发展机遇。

余热利用行业领军企业

杭锅集团是我国规模最大、品种最全的余热锅炉研究、开发和制造基地之一，公司目前已有 20 余个系列，100 多个品种的余热锅炉产品。2008 年，公司共生产各类余热锅炉 272 台，合计 10,268 蒸吨，按蒸吨数计算的综合市场占有率达 34%；按产值计算的市场占有率为 47%，均在余热锅炉行业中位居前列。其中，公司生产的 9E、9F 级燃气轮机余热锅炉公司市场占有率分别为 77.3%和 50.8%，燃气轮机余热锅炉、烧结环冷机余热锅炉、水泥窑余热锅炉为公司优势产品，市场占有率位居国内领先。



技术水平与国际同步

多年来，杭锅集团在余热锅炉研究开发方面积累了丰富的科研和实践经验，公司设有全国余热锅炉行业归口研究所、浙江省省级技术中心，2003 年被认定为国家火炬计划重点高新技术企业，先后参与了多项国家标准和行业标准的制定工作。如今，公司已形成完备的技术研发和应用体系，设有全国余热锅炉行业归口研究所、浙江省省级技术中心，现有工艺技术人员 517 名，其中高中级职称人员 292 名，先进的硬件设备和完善的工艺体系，有效地支持了公司产品设计、制造和新产品的研发。同时公司从国外和国内引进和自主开发了一系列计算和模拟软件，为公司的新技术研发奠定了强大的基础。如从美国引进的电厂热平衡计算及热力系统计算软件 ThermoFlow 可以进行整个电厂的概算以及电厂的热量和物料平衡计算。从德国引进的锅炉动态模拟计算 KED 软件能够用于各种锅炉的热力计算、水动力计算，尤其是能够进行锅炉的仿真和模拟锅炉启动、停炉曲线。ANSYS 分析软件可用于应力疲劳计算，Bentley PlantSpace Design Series 软件可以对管道进行三维设计和应力分析等。

公司拥有国内高等级的 A 级锅炉制造许可证和三类压力容器设计、制造许可证，公司同时获得美国机械工程师协会 S、U 和 U2 钢印及授权证书。公司注重与国外先进企业合作，先后与美国 N/E 公司、GE 公司、法国 ALSTOM 公司和日本川崎重工等国际知名公司展开技术交流和合作，为海外市场的拓展增加了竞争力。目前，公司产品已出口到美国、日本、泰国、印度、巴西、约旦、俄罗斯等二十余个国家，向国际化发展迈出了坚实的步伐。

公司设有全国余热锅炉行业归口研究所、浙江省省级技术中心，2003 年公司被认定为国家火炬计划重点高新技术企业。公司是浙江省高新技术企业、中国机械工业 500 强之一、浙江省环保产业基地、国家水煤浆工程技术研究中心认定的水煤浆锅炉研究设计制造基地，在余热锅炉研究开发方面积累了丰富的科研和实践经验。

杭锅集团已建立了以企业为中心，以研究机构为合作伙伴、市场为依托的技术资源共享互动体系，促进科技资源合理配置。公司技术中心是公司技术创新体系的核心，技术中心现有科研技术人员 409 名，其中享受政府津贴的高级专家 3 名，中高级职称人员 163 名。技术中心每年提出 20 个以上的科研攻关项目，鼓励科研人员选题立项，开展研究开发，并制订了健全的激励机制。

募投项目有助公司提高市场竞争力

随着十二五规划逐步进入实施阶段，节能减排产业必将迎来新的一轮发展。本次杭锅集团募集资金用于杭州杭锅重型装备制造有限公司大型重型装备生产基地项目和增资浙江西子联合工程有限公司。募集资金到位后，公司的大型化、重型化装备加工能力将得到进一步的提高，同时，公司的总包、合同能源管理业务也将得到进一步的发展，有效的提高公司的盈利能力。杭锅集团将始终秉承"为用户创造价值，为社会节约资源，为人类改善环境"这一宗旨，借力于资本市场，实现跨越发展，做一家承担社会责任，对股东负责的公众公司。

“我在京东买过东西”这话我爱听



刘强东
京东商城创始人、董事长

亲爱的电子商务同行们:

刚刚发完那条关于当当邮件的微博,我抬头看着办公室“静思勤忍”四个大字,发了很长时间的呆。我并不愿把这些商业上的纷争搬出来扰乱大家的清净,但人并不总能做到心平气和地站在置身世外的高度。商场的是是非非很难说清对与错。落后时,你要盯紧领先者,领跑时,你要不断探索,还要承受越来越多的和业务无关的是与非。

从一个城市到另一个城市,从地球的一端到另一端,好像在这一年里,我很少在北京,更不要提回到宿迁的老家,吃上一碗妈妈做的羊肉白菜粉丝汤了。

对于所从事的行业,我固然异常喜欢,但拧发条般地度过每一个不能停息的日子,使我几乎忘了休闲、平淡的滋味。可作为领跑者,真的不能慢下来,你要主动承担很多、尝试很多,你要付出时间、金钱和精力,来趟过这条不知深浅的河。

回顾刚刚过去的这一年,我感慨良多。在这区区的365天里,中国电子商务的变化是惊人的!

几年前参加活动时,我还要介绍我是谁,京东商城是做什么的。而现在,当我再作自我介绍时,对方会打断我:老刘,我在京东商城买过东西!以前我思考的是京东如何发展,如何拿下那些大牌厂商,如何减少用户投诉,让他们有更趋完美的网购体验。而现在我所面临的问题是,如何将产业链打通,让上游企业获利更多,让消费者更满意,如何为中国电子商务行业的健康发展多出一份力。

有人说,2010年是电子商务年,但在我看来,电子商务的时代才刚刚到来,2011年它的竞争与角逐将会更加精彩。

我相信,每一位电子商务同行对未来的感知都在不断变化着。虽然没有特意地想过,但关于未来的一切,无时无刻不在我的思绪中浮现,我几乎可以不打草稿地发言。也许是我真的太专注于这个领域,太喜欢这个行业,太希望能够为用户带来更多的惊喜了。

在外人看来,我是一个很随和的老板,但在员工眼里,我却十分严厉。这一年,我在公司提出很多批评,不是因为我对大家不够好,只是因为行业发展得太快,消费者对于电子商务、对于京东的要求不断提高。作为电子商务企业的领袖,作为“用户为先”的京东商城,我们必须做到最好。

虽然电子商务的社会影响力越来越大,但我们受到来自传统渠道的压力却始终没有减少。黎明前的黑暗,也许就是这样,走过这个特别的时期,就能迎接电子商务的光明前景。

虽然电子商务的社会影响力越来越大,但我们受到来自传统渠道的压力却始终没有减少

我不敢承诺太多,但我知道,随着京东的发展壮大和电子商务行业的快速成长,未来品牌企业将可以在这里开拓出一片蓝海。我也承诺,不管京东多大,我们都将会一如既往地坚持我们的策略,进一步缩短库存周转率,进一步开放信息渠道,进一步帮助企业了解用户需求,让供应商得到更多的价值。

其实在整个行业,我们没有竞争对手。所有做正品行货、合法经营的电商企业,都是朋友,大家都在为整个行业的发展做出自己的贡献。我希望每个企业都发展得更快、更好、更强大,只有这样,中国的电子商务行业才会更加兴旺,而行业的兴旺也会进一步促进每个企业的发展,这是一个良性的循环,消费者会受益更多。

这些年,我们的脚步太快,以至于一刻不停地赶路,忘了停下来看看沿途的风景。我们的脚步又太慢,以至于我还不能闲庭信步地去游走四方,征服那些崎岖的险阻。在那些也许会让人迷失的沙漠中,在那些高低起伏的山丘上,我加速俯冲,控制着脚下的越野车,不断地寻找道路,冲破迷茫,以释放那些商场的是是非非,找寻内心中真正的自我!

尽管京东已经走到了行业份额绝对领先的地位,未来的压力依然很大。如何保证在百亿千亿规模时,在商品种类继续数倍增长时,依然有着快速的物流,完备的服务?又如何在更多的是非面前平衡自己?这些都是要逐一面对和解决的。

刘强东

经济成功转型的关键在企业



钱大群
IBM大中华区董事长及首席执行总裁

亲爱的企业老总们:

2011年是21世纪第二个十年的真正开端,是做规划的时间点。而金融危机两年之后,经济转型已经成为各国共识。

“十二五”规划《指导意见》公布之后,社会各界几乎没有人质疑“要不要转”,可以说是一致支持。

然而,任何转型都需要突破一系列的软硬约束,由此引致规则的调整和利益的重新分配,小至企业转型,大到经济体制的转型,都不是轻而易举的事情。

我认为,要实现“十二五”提出的经济转型目标,企业要扮演关键角色。因为企业是经济转型的实践者,是代价和风险的承担者,也是效益的创造者。“十二五”规划的提出拥有天时地利的条件,最终还要靠企业做到“人和”,转型才能成功。

转型实际上是符合企业自身长远利益的。我所服务的IBM公司可能是这一点的最佳例证之一。

IBM成立于1911年6月,明年将迎来自己的100岁生日。作为一家IT企业,在这个激烈竞争、瞬息万变的行业里能走100年,最成功的经验就在于不断转型。IBM历史上经历过多次转型,比如二战后从一家制造机械自动化设备的公司转型为制造电子计算机硬件的公司,1993年又转向以软件和服务为主要业务的公司,2003年IBM再次全面转型,成为一家全球整合企业。实际上,今天IBM正在经历又一次转型,即为引领新一代信息产业智慧的企业。

当然,不同时代、不同企业的转型要求是不同的。不过在一定的时期,企业转型存在一些共识。从2004年起,IBM每两年会进行一次全球CEO调查。2010年的全球CEO调查,我们在全球面对面地采访了1500多名CEO,其中两岸三地100多名CEO接受了采访,通过调查我们发现:

首先,超过80%的CEO都认为,面临外界复杂的形势,企业的转型是必须的,他们渴望转型成功。而其中约60%的CEO又认为,转型错综复杂,难度很大,自己并没有十足把握。

这就给IBM一个机会,去研究这些年来表现出色,特别是在金融危机后仍然保持绩优的企业。在2010年的CEO调查报告中,我们做了三点总结:第一,展现创新的领导力;第二,重塑客户关系;第三,创建灵巧的运营。

转型的关键在于企业,企业的关键在于创新。特别幸运的是,在我们需要创新、渴望创新的时候,正好赶上信息技术的新一轮革命,有力地帮助中国的各行各业加快转变。所以企业的转型,应当把握科技的机遇。

以采矿业为例,很多人觉得这是个传统得不能再传统的行业。其实,如果运用物联网、云计算、业务分析与优化等新科技、新工具,我们会惊奇地看到,原来这个行业中有那么多科技创新的空间。比如石油勘探,传统油井中只能开出20%~30%的石油。而IBM正在跟壳牌石油公司合作,运用最先进的勘探和数据分析技术,有望把石油有效开采率提高到50%以上,这就意味着大量的老旧油井将起死回生。

国家提出了七大战略性新兴产业,新一代信息产业是其中之一,而且对于其他几大新兴产业来说也具有巨大的培育、推动作用。比如新能源产业,风能、太阳能发电和电动汽车,都离不开智能电网。如果一个城市中有几十万甚至数百万的电动汽车,那么就会对这个城市的总体用电模式产生根本性的冲击,现有的电网体系将难以支撑。而IBM正在跟英国共同研究这个问题,改进智能电网技术,未来使之能够支持电动汽车的广泛应用。

要把握这个科技机遇,帮助企业实现转型,开放式的协作是非常关键的。IBM连续17年成为世界上获得专利数量最多的公司,每年投资60亿美元做研发,其中一半以上跟新一代信息技术相关。我们的重要经验就是,与其关在实验室里做研究,不如走到市场上,面向现实问题,解决现实问题,与客户一起做研究。

展望未来十年,企业转型将不仅仅是企业自己的事情,也是关系到国家战略的大事情。我期望能看到在各位企业老总的带领下,中国企业整体转型成功。

钱大群



361°发布“亚洲新动力”战略 激情起跑赢在亚洲

倍受瞩目的广州亚运会已经落下帏幕,对于曾在本届亚运会上大放异彩的361°等中国领先运动品牌而言,亚运的落幕并不是结束,而是品牌新战略、新谋局的开始。近日,361°对外发布了" 亚洲新动力"战略,并将再次携手亚奥理事会,通过持续、系统的战略计划,如同马力十足的发动机为亚洲体育事业提供源源不断的动力支持。

助力亚洲体育勇攀高峰

作为中国领先的民族运动品牌,361°一直致力于推动亚洲体育事业发展。据了解,作为“亚洲新动力”战略中的重要组成部分,361°在继成为广州2010年亚运会高级合作伙伴及亚奥理事会全球官方赞助商之后,将再次与亚奥理事会携手,签署新一轮的战略合作协议。根据双方合作蓝图,361°计划成为2011年世界大学生运动会、2012年亚洲沙滩运动会、2013年亚洲青年运动会、2014年韩国仁川亚运会、2015年亚洲冬季运动会等亚洲顶级体育赛事的合作伙伴。

对此,361°总裁兼执行董事丁伍号表示:“361°实施新的战略计划,并再次牵手亚奥理事会,旨在为亚洲体育事业提供源源不断的动力支持,助力中国运动品牌及亚洲体育事业再创辉煌。”



361° 总裁丁伍号谋局“亚洲新动力”

推动亚洲各项事业发展

361°的“亚洲新动力”战略,体现了它对“亚洲 多一度热爱”品牌理念的深入实践。此前,361°已经通过“亚洲之路”“骑行东南亚”等亚运宣传活动,在中亚、东南亚等宣传了“亚洲 多一度热爱”的精神,受到了各国人民的一致好评。在后亚运时代,361°希望通过“亚洲新动力”战略,宣传积极向上的竞技精神,传递361°对生活、运动、和平的热爱能量,从各个层面影响全亚洲人民,为亚洲的全面发展提供精神动力支持,成为亚洲各项事业蓬勃发展的强大助推器。

“作为中国领先的运动品牌,361°始终致力于将‘热爱’精神融进每个人的生活,并希望通过‘热爱’力量促进亚洲各项事业的全面发展。制定‘亚洲新动力’战略,与亚奥理事会再次合作,能够为361°实践上述使命提供更高的平台及更强的支撑。”丁伍号表示。

而今,经过亚运洗礼的361°正以越来越自信、开放的态度,迎接着来自世界的挑战,成为了亚洲体育品牌叱咤风云的“明星”。在“亚洲新动力”战略的支持下,361°在实现自我发展、突破的同时,也必将为中国运动品牌踏上国际化征程提供宝贵经验,而这不但能够实现中国运动品牌的再次腾飞,同时也能够促进中国体育事业的进一步壮大。361°正成为亚洲体育事业的强大助力,引领着中国运动品牌谱写亚洲体育事业未来发展的宏伟蓝图。

蒙牛真果粒开拓蓝海 创新时尚乳饮新品类

2010年10月,蒙牛真果粒一举夺得了艾菲奖和金网奖两项大奖。艾菲奖是目前世界上一项以广告实效为主要评审依据的权威广告奖项。赢得艾菲奖,就意味着赢得了市场和消费者的认可。蒙牛真果粒能够蝉联两届国际艾菲奖,足以见证她的卓越产品品质和品牌魅力。而金网奖素有互动营销权威的“行业风向标”之称,代表了超过4.2亿网民的选择。蒙牛真果粒此次从数万个快速消费品品牌中脱颖而出捧得了金网奖之网民口碑奖,成为唯一一款入主的快消品品牌可谓是实至名归,更验证了其乳饮行业明星品牌的地位,树立起果粒牛奶的时尚风向标。

“蒙牛本身就是一个注重创新的企业,因此,可以说真果粒的创新精神是与生俱来一脉相承的,关于成功,无非是赋予其应有的属性和独特的定位,用对的方式与对的人群做最充分的沟通,真果粒正是以一种真实创新的品牌魅力赢得了广大消费者的青睐,从而开拓出了时尚乳饮的全新蓝海。”面对卓越的成绩,蒙牛真果粒市场总监柴洪女士如是说,“时尚无需标榜,真果粒重在创新!”可谓一语道中真果粒在竞争激烈的乳饮市场中一跃成为领导品牌的制胜真谛。

创新精神与生俱来 产品、营销相得益彰

蒙牛率先提出了“真实果粒+纯鲜牛奶”的理念,推出全球一款含有可嚼果粒的牛奶饮品——蒙牛真果粒,开创了“果粒牛奶”品类,并以其双重营养、双重美丽的独特魅力,一跃成为消费者忠诚拥趸的市场领导品牌。

从诞生那天起,蒙牛真果粒就融注着一股充满新鲜活力的创新精神,哪怕是与消费者的互动沟通都会别出心裁。早在2009年真果粒就开创了品牌与话剧结合这种创新的合作模式:由蒙牛真果粒发起的职场喜剧全国巡回演出季在各地都获得了良好反响,而今年真果粒联合国家话剧院重磅打造的2010时尚版《红玫瑰与白玫瑰》之“女人就爱真果粒”,更是凭借中国最优秀的话剧导演田沁鑫的天才执导,将张爱玲的经典力作《红玫瑰与白玫瑰》进行了精彩颠覆和全新诠释,轻松诙谐地道出了真果粒对时下爱情纠葛的至理真言--双重营养才更美丽,辩证爱情才更富有!正是这样的全方位创新才使得该剧在全国的巡演倍受追捧,并荣登了上海大剧院乃至国家大剧院等中国话剧界的最高艺术殿堂,继而走出国门,为韩国首尔人民倾情演绎,得到了观众与业内人士的高度赞誉,彰显了中国话剧的极高艺术价值。

同样是从消费者热衷的话题切入,真果粒2010年的另一创新之举,当属由80后圣经《奋斗》的编剧石康全程监制的蒙牛真果粒《说出喜欢TA的理由》时尚FUN剧征集活动。本次活动联合搜狐、人人、优酷以及真果粒官网四大平台,发起了一场全网互动的爱情剧本大创作。集合网友海量的精彩创作,并由网友从几千名热心演艺的报名者中精心挑选出自己心中最适合的主角,最终打造出了一部时尚的经典爱情大片,这种全新的形式开创了品牌与消费者充分互动的又一先例。

时尚气质内外兼修 真果粒深受年轻白领青睐

从话剧到网剧,再到品味真果粒的直观感受,正如石康博客中说的“都能品出时尚的味道来”。作为名副其实的时尚高端“果粒牛奶”,无论从内在的产品定位、口味呈现以及口感突破,甚至是外在的包装设计乃至代言人的选择上,真果粒都做足了“时尚的味道”。



蒙牛真果粒一经上市,便以一席纤细高挑颇具时尚气质的包装亮相,宛若身着五色礼服的明星组合,绘制出超市卖场里的一道道靓丽风景。而这种与生俱来的气质是由内而发的,她不仅拥有草莓、黄桃、猕猴桃、芦荟、椰果五大最受年轻女性和时尚达人喜爱的口味,更因添加了鲜活真实的可嚼果粒而具有活跃律动的独特口感,不仅将水果和牛奶的双重营养完美融合,更增添了饮用的乐趣。也正因此真果粒赢得了时尚达人们的持久追捧!三年累积9亿包的销量,就是最好的佐证,也让我们看到了时尚的力量。

真果粒在品牌建设方面更是精益求精,从全方位诠释双重营养带来的美丽新意,从最初邀请优雅知性、素有大陆影视圈才女之称的徐静蕾作为首任品牌代言人;再到选择时尚靓丽的金马影后李冰冰,真果粒选择的代言人都是当代时尚新女性的最佳诠释者,她们的共同点是不仅仅拥有美丽的外表,更具有丰富的内涵和内在实力,可谓“内外兼修”,而这正是真果粒对自身品牌的坚持并最期望与消费者共同分享的绝妙品质。

上市以来真果粒凝聚了众多忠实的FANS,她们是对时尚有独特追求的年轻女性,她们是当今社会最为知性理智的群体。在繁杂激烈的乳饮市场竞争中,能够得到她们的青睐与钟爱,正源于真果粒高端时尚的产品定位和与众不同的品牌魅力,简言之就是“时尚的人、做时尚的事、品时尚的味道”。如今,备受消费者青睐的蒙牛真果粒已然成为乳饮界的一股洪流,且在一路看好的果粒乳饮市场中涨势如虹。正是这种创新的精神,使得真果粒拥有了迅猛前行的动力,正是这种时尚的力量,使得真果粒具备了引领潮流的魅力。相信蒙牛真果粒这颗乳饮界的时尚明星将以更加璀璨之势演绎出更为精彩的未来!

新东方给了我一半幸福

亲爱的老师们、同学们：

我现在的生活状态，如果用幸福度来衡量的话，应该是50分，没及格。

新东方给我带来了50分的幸福感，因为这是一项事业，一份责任，不管你想不想做，都必须往前走，只能前进没有退路。正是这样一个状态，导致我失掉了生活中另外的50分。

有句话叫“人生一辈子总会清零的”，得到一些就会牺牲一些。你得到了财富就有可能失去健康，获得了成功就有可能失去生活。

尽管我还没有致命性的疾病，但是一些影响生活质量的疾病不断出现，比如严重的失眠、肠胃失调、腰椎间盘突出和颈椎病。这些几乎都是做新东方做出来的病，大大影响了我日常的情趣和兴趣，甚至会影响到我的理想和更加长远的打算。这是让我感到幸福指数不高的首要原因。

我想通过自己的努力，不光让自己更轻松一点，也让新东方更轻松一点

另外一个是家庭生活。由于一头扑在工作上，我分给家庭的时间必然会减少，结果便给家庭生活带来很多问题。尽管到现在还没有什么大问题出现，但问题确实是存在的。

再有就是个人生活。我已没有时间去读喜欢的书，走喜欢走的路，没有时间跟真正愿意打交道的朋友交流，大量维系的是利益关系或者是社会结构关系。

新东方只给我带来50分的幸福，我现在的生活也是50分的幸福，但如果问我做新东方合不合算，我无法回答。一方面是合算的，因为新东方毕竟让我经历了太多，让我拥有了一种与众不同的生活；另一方面又是不合算的，因为我也失去了太多，失去了在未名湖边散步的日子，失去了在北大图书馆安静读书的日子，失去了身无分文踩着落叶的日子。尽管我会尽可能挤出半小时的时间在公园里走上一圈，但却一不小心又把本应悠闲的事情搞得很匆忙。我的助理总是跟不上我的脚步，问我为什么走那么快，我说必须得快走，回家还有E-mail要回呢。

我算是一个能够正常表达自己喜和乐的人，但是会把怒和哀尽可能地放在心底，不让别人知道。我深以为，男人，就应该如此。所以在新东方，我更愿意创造一种欢乐的氛围，大家在一起做事、喝酒、娱乐等等。如果一个人过活的话，怎么喜怒哀乐都可以，但如果担着这么多人的责任，你的喜怒哀乐必须是有控制、有底线的。

未来，我希望新东方能更健康地发展，而自己能离新东方远一些。所以我在新东方高管会上，要发动“去俞敏洪运动”——新东方的大事小情最好都不要跟俞敏洪发生直接关系。尽管是我为新东方打下的基础，但希望未来人们更多地提起的是新东方，而不是俞敏洪。我为自己的未来留出空间，为的是在更高层次上引领新东方的发展，包括文化上、精神上。我希望自己的未来是平静而安详的，但又不失好奇心和求知欲。我想通过自己的努力，不光让自己更轻松一点，也让新东方更轻松一点。

俞敏洪



俞敏洪
新东方教育科技集团董事长兼总裁

十年后的华谊 你们比我更期待

亲爱的电影爱好者们：

憧憬的过程，对我来说就像是享受幸福的过程。在提笔之前我也在思考，十年后的自己看到这封信时，也许就像我现在回忆起上一个十年一样倍感幸福吧。回忆就像一个酒窖，你的经历就是扔进去的葡萄或者高粱，虽然时间会让它们越来越不真实，却越来越有味道，他们说这就是电影。那其中闪烁的光影，是生命中最让我温暖和珍惜的瞬间。

华谊兄弟已走过16个年头了，这十多年，也正是中国电影产业化发展的缩影，它经历了转型的艰辛，也经历了许多收获和遗憾，但似乎再酸的葡萄都能酿出醇香的酒，能散发出芳香。我们从默默无闻做到了声名鹊起，但和你一样，我也看到，今天中国文化产业的整体水平，与国家在全球作为大国崛起的影响力相比，还是不匹配的，我们本土的行业领军企业与世界传媒巨头相比，还不在一个重量级上，这是我们这一代人的机会，但更是一种使命。

今天，当很多国外的娱乐大鳄找到我们寻求合作时，当我们的电影开始在北美的主流院线占据一席时，我已经清晰地感受到了世界的大门正在向我们徐徐敞开。如果说，前十年的中国电影还是萌芽的发展，那么未来的十年必然是中国电影的黄金时代。十年之后，中国有着全世界最大的电影市场，几乎是没有争议的，中国的文化将如同美国的“可口可乐”一样席卷世界，成为一个新的焦点符号，让世界为之倾倒。



王中磊
华谊兄弟集团总裁

关于未来十年，中国电影类型百花齐放，总票房也许已经突破千亿，票房前十位的电影单片皆已破亿美元，世界的新八大娱乐公司重新洗牌，中国的身影已经傲然跻身于其中，每年上映的电影为千位数量级，银幕数字破万，看电影不再仅仅是城市居民的享受，人人观影不再是奢望。

而我们，作为中国电影跳跃式发展的主要推手，依然会执着地从东方的出发点，传递着世界的视角，成为东西方文化交流的重要使者。我们依然会真诚地运用摘星之手，去完善产业链的布局，夯实我们的品牌，打造我们的队伍。正如同电影吸引我们的魅力在于：真实、创新，相信奇迹的发生。

写在最后，还要感谢这十年来从你们那里收获的支持和信任，对于十年后的华谊，也许你们比我还要期待……

王中磊

独乐乐不如众乐乐

亲爱的HR同仁们：

写这封信的时候，离新年还有一个月的时间。明天，我将和我的同事一道，赶往万宝盛华捐建的地震灾区小学——万宝盛华宁强小学。此时在我脑海中闪现的是一双双求知若渴的眼睛。我想赶在新年到来之前，把凝聚了万宝盛华500多位同事的关心和祝福送给他们。这全是因为4个月前的一幕，给了我深深的启发。

2010年8月，我们邀请宁强小学的师生来上海参观世博会。小同学们在拿到上海同事赠予的喜羊羊书包后，露出的难以掩饰的惊喜之情，让我久久不能忘怀。拥有这样一个书包，对于生活在比较富裕地区的小朋友，再普通不过了，但对他们来说却是难得的幸福。

由此我想到，企业不应该仅仅是财富的创造者和拥有者，更多的意义还在于财富和机会的分享与传递。而一个真正有影响力的人力资源企业，应在企业创造财富的过程中，带给更多的人价值和快乐，让他们感受生活的精彩。就像中国古人所说的那样，“独乐乐不如众乐乐”。国家之财取之于民，用之于民，所以才有近年愈来愈响的“还富于民”的呼声。同样，企业之财，来源于社会，也应回馈于社会，力所能及地帮助弱势群体，创造更多拥有，社会才能更精彩。



袁建华
万宝盛华中国董事总经理

这就是万宝盛华捐建宁强小学，并持续与JA中国合作，积极参与培养中国青少年成功技能的公益项目，以及持续帮助大学毕业生提升求职技能和竞争力的初衷。作为全球人力资源服务的领导者，万宝盛华希望创造的拥有，就是以自己的方式帮助更多的人实现他们的职场愿望。而万宝盛华宁强小学，只是我们在中国践行企业社会责任的开始。

在下一个十年，随着经济的持续增长、中国人口红利效应的消褪，人力资源的地域分布将更加动态化，人力资源服务行业将迎来一个黄金发展时期，它将成为中国现代服务业的支柱。与此同时，随着外资和民营人力资源服务机构的不断发展壮大，中国人力资源服务行业将打破在某些领域由国有机构垄断的局面，这个行业的竞争将更加充分，行业内的资源和市场的整合亦将更加频繁。在这种背景下，市场对人力资源服务的需求也将更加多样化、差异化，尤其是对中高端人才寻访、人力资源外包、弹性用工的需求将持续增长。

我期望在未来10年、20年，能看到越来越多的企业，尤其是人力资源企业加入到致力于财富分享的行列中来，并在分享的道路上感受这种与众不同的心灵愉悦。

袁建华

投资需要一种信仰



黄晓捷
九鼎投资合伙人

亲爱的PE/VC们：

近来经常有人问我，2011年的证券市场会怎样，宏观经济形势如何。我告诉他我不知道。于是他就会继续问，既然你都不知道明年会怎样，那怎么今年还投资呢？我告诉他，虽然我不知道明年会怎样，但我知道20年后中国经济会比现在好很多，中国的资本市场也会比现在发展得更好。这是对国家、对未来一种坚定的信仰。

投资这件事，说到底是需要信仰的。一个没有信仰的人，靠投资绝对赚不到钱。因为没有信仰你就无法坚持，坚持不了你就会动摇，动摇了你就会错过时代赐予的最好机会。然而光有信仰也是不够的，信仰不能盲目，要建立在确凿的数据、完善的事实、严密的逻辑的基础之上。投资界最后获得巨大成功的，都是些智慧过人、逻辑严密、勤奋刻苦、客观理性，而且内心有坚定信仰的人。你一定要弄明白某件事情，然后信任它，最后还能坚持住。

从投资对人性的要求看，一个错误的坚持，可能比当一个正确的“墙头草”要强得多。因为前者有信仰，这是人性中最大的价值；后者即使一时得势，也终将没落。彼得·林奇说，“当你投资股票时，你必须对人性，乃至对国家和未来的繁荣有基本的信任。到目前为止，还没有什么事情让我的信念动摇。”在中国做投资，正是因为我们对国家的前途和未来有坚定的信仰，才能在纷繁复杂的格局中，在各种人性弱点的拷问下，对我们认定的事情一以贯之，坚决不动摇。

还有人问我，在你们投资的几十家企业里，哪一家是你觉得最满意的？我会告诉他，其实我们只投资了一家企业，就是九鼎投资，我们准备用人生几十年的奋斗，来投资它、建设它。

我要说，PE的确是一份累人累心的工作。但我们这群拥有理想主义情怀的人，能团结一批志同道合者在一起，亲密无间地并肩战斗，是一件何其幸运、幸福的事情。我们怎能对未来没有信仰呢？

黄晓捷

汤臣倍健成功上市 中国营养保健业迎来第一股



膳食营养补充剂行业：
快速兴起的朝阳产业，未来空间巨大

现代社会中市场经济竞争引起公众生活节奏明显加快，人们普遍食用快餐使得营养摄入出现失衡。由于过于追求产量和生长速度，蔬菜的营养价值出现了明显下降，现代食品业非科学的加工方式也使得营养损失严重。随着中国经济的快速发展，中国国民生活和消费的观念、方式正在快速升级，这对营养产业和膳食营养补充剂行业提出了新的要求，也提供了新的动力和广阔的发展空间。通过总结美国、欧洲和日本等成熟市场的发展历程，膳食营养补充剂行业的推动力主要包括人口老龄化、医疗费用增加、可支配收入的增长和城镇化进程加快等。在我国，上述几种推动力均在近几年有增强的趋势，这一行业在我国正在进入快速发展的时期。

广东汤臣倍健生物科技股份有限公司主营膳食营养补充剂的研发、生产和销售，是国内膳食营养补充剂行业非直销领域的领先企业。汤臣倍健一直致力于渠道稳健拓展，在非直销领域深耕细作，是国内非直销领域的“隐形冠军”，也是行业内首批两家信用等级为AAA的企业之一。膳食营养补充剂行业是从西方引入的新兴产业，在西方已有七八十年的历史，并孕育出安利纽崔莱、NBTY、GNC等国际领先企业。但是，无论是营养产业，还是膳食营养补充剂行业，均是我国近年来兴起的新兴产业。我国发展营养产业，具有丰富而多样化的原料来源，具有较为强大的产业根基，具有数千年中医学坚实的理论和实践基础。在全球经济和产业竞争格局中，营养产业将是我国具有较多知识产权、较强创造能力和国际竞争优势的“朝阳产业”。汤臣倍健的成功上市，对方兴未艾的国内膳食营养补充剂市场意义重大，它把国人尚不太熟悉的膳食营养补充剂产品推到普通消费者面前，并以“正规军”的姿态推动产业的健康良性发展。

膳食营养补充剂行业
非直销领域龙头和标杆企业

以“专柜+营养顾问”模式赢得行业领先位置的汤臣倍健，2008年在中国膳食营养补充剂非直销市场占有率就已达到了10%；截止至2010年6月底，汤臣倍健在全国200多个城市拥有了9000多个零售终端以及164家营养中心，其产品已经进入了63个全国百强连锁药店和6个全国百强商业超市，目前，这一数字正在不断扩大。汤臣倍健拥有国家药监局营养补充和保健食品批文数量排名第三，并且拥有一直支数量较多的持牌注册营养师队伍：截止2010年6月底，公司拥有国际国内注册营养师30多名，是行业内拥有注册营养师较多的企业之一。

明星代言加媒体推广，大力推进品牌建设

2006年开始，企业在品牌上大力投入，积极从渠道型品牌向大众知名品牌转变。当年，汤臣倍健签约奥运冠军刘璇作为品牌形象代言人，在全国重点城市进行全方位的品牌形象广告投放，迈出品牌扩张的第一步；2010年8月，汤臣倍健战略布局重拳出击，签约国际体育巨星姚明成为新的品牌代言人，汤臣倍健大众知名品牌战略大步提速。

2010年12月，汤臣倍健登陆资本市场，成为了国内膳食营养补充剂第一股票，成为一家不再隐形的公众公司。

汤臣倍健董事长梁允超表示，上市是企业发展到一定阶段后的必经之路，作为靠实力赢得非直销领域第一品牌的汤臣倍健，这支“正规军”将面向公众，以规范、严谨、诚信、责任之心成为行业标杆，未来，汤臣倍健将通过品牌提升、产能扩张、渠道深耕、团队加固等系列“组合拳”，不断提升企业实力，加快战略布局实施，最终成为真正意义的中国膳食营养补充剂第一品牌。

“取自全球，健康全家”的品牌理念

中国的膳食营养补充剂市场发展相当快，但多数企业规模偏小，技术落后，产品质量参差不齐。而市场的不够规范，假冒伪劣产品鱼龙混杂，使得为数不多的优势企业很难壮大，未能形成政府支持、行业认可、消费者信赖的“头羊”效应。

而同时，中国膳食营养补充剂市场一片蓝海，发展潜力巨大，国际各大膳食营养补充剂巨头纷纷抢占中国市场，NBTY、GNC等的不断尝试进入使中国的营养保健企业生存难度加大。

汤臣倍健坚持“取之全球，健康全家”的产品理念，其原料来源审核制度非常严格。

“做营养保健产品其实就是做原料”，汤臣倍健董事总经理汤晖说。汤臣倍健广泛选取全球范围内最好的原料，不但充分考虑到原料种植或饲养的环境因素，甚至连不同地区、不同时节的动植物差异都纳入考察范围；目前，这些主要原料都来自新西兰、挪威、德国、美国、法国、日本、泰国等十多个国家和地区。截止到2010年6月底，汤臣倍健从国外采购原料的比例已经提高到了54.06%。

膳食营养补充剂产品的差异主要还是原料，其次才是标准、配方、生产等，汤臣倍健始终强调以原料作为基础对产品品质进行把控，这是汤臣倍健脱颖而出的关键，广东省营养学会副理事长罗海吉教授指出。

汤臣倍健坚持“原料第一”，也强化产品在生产中的品控。汤臣倍健从2007年就持续投资兴建大型现代化健康产品研发、生产基地，拥有南中国最先进的膳食营养补充剂专业生产基地之一，拥有一系列国内一流、国际领先的产品研发技术。2010年，汤臣倍健还将投资超过2亿元建设第三期生产厂房，同时扩建研发中心、质检中心等品控工程。未来，汤臣倍健还将在全球范围内建立自己的专属原料供应基地。

汤臣倍健的责任之心

汤臣倍健的成功上市，向公众完全公开了一个并不太熟悉的膳食营养补充剂市场，甚至包括这个市场生存的各项数据指标。

梁允超介绍说，其实在欧美、日本等发达国家，膳食营养补充剂市场已经相当成熟。比如在美国，有超过2亿的美国人每天服用膳食营养补充剂，而中国人一直有“重安全、轻营养”、“重治疗、轻预防”的观念，也对膳食营养补充剂产品缺乏了解。

诚信、责任是不可或缺的企业精神。汤臣倍健是一家严谨的企业，鉴于对行业的了解和国际营养现状的认知，汤臣倍健一直希望致力于提高中国的国人营养和健康认知观念，提高国民身体素质。

以跨越零售额十亿的汤臣倍健，能成功签约姚明，正是因为巨星姚明希望借自己的诚信责任带动更多国人关注营养与健康，和汤臣倍健一起推进中国营养保健产业的良性发展，共同为中国人管理健康。

汤臣倍健成功上市，在严格监管下规范运营，不但以高品质产品赢得消费者的广泛青睐，更推动方兴未艾的膳食营养补充剂市场的健康良性发展。

中国道路 再思与重构

经济观察报 The Economic Observer

The Observer' Forum 观察家年会

——《经济观察报》2010年度观察家年会——

2011年是辛亥革命100周年，也是中国十二五规划的开年。过去的100年，是中国寻找国家强盛和人民富足道路的一百年，十二五规划的五年，则是中国实现经济发展方式转变的关键时期。中国开始认识到只有民富才可能国强。中国正在对既往的发展道路进行再思与重构。无论是在政治、经济、社会还是商业领域，这都会是一场无法回避但也必将应对艰难的变革。

2010年度观察家年会，我们一起从这里出发，共同寻找答案。

活动流程

09:00 — 09:20 第一部分 开幕式

拟邀主持人：
陈伟鸿 中央电视台节目主持人
欧阳夏丹 中央电视台节目主持人
主办方致开幕辞
刘 坚 《经济观察报》社长兼总编辑

09:20 — 11:30 第二部分 主题演讲 中国道路：再思与重构

拟邀演讲嘉宾：
李金华 全国政协副主席
张国宝 国家能源局局长
陈锡文 中央农村工作领导小组副组长、办公室主任
刘 鹤 中央财经领导小组办公室副主任
杨志明 人力资源和社会保障部副部长
尹中卿 全国人大财经委员会副主任委员
宋晓梧 中国经济体制改革研究会会长
周其仁 北京大学国家发展研究院院长，央行货币政策委员会委员
陈志武 经济学家、美国耶鲁大学教授
秦 晖 清华大学人文学院教授
马蔚华 招商银行董事、行长
王岳川 北京大学中文系教授、博士生导师，中国中外文艺理论学会副会长

12:30 — 14:00 午 宴

午宴演讲嘉宾：
金 雁 中国政法大学人文学院教授、博士生导师
演讲主题：东欧道路

14:00 — 18:00 平行论坛一 商业新秩序

主题阐释：
我们从来没有像今天这样充满了对一个负责任的、建设性的可持续的商业新秩序的渴望。我们站在这个支点上，重新思考政府与企业、企业与企业、企业与社会公众，公司管理层与股东之间的角色关系和恰当边界。
拟邀论坛主持人：
沈 冰 著名主持人
拟邀论坛嘉宾：（排名不分先后）
龙永图 博鳌亚洲论坛秘书长
候世国 工信部产业政策司副司长
张维迎 北京大学光华管理学院经济学教授
宋志平 中建材集团董事长
孔 栋 中国航空集团总经理
高瑞彬 中国惠普董事总经理
钱大群 国际商业机器公司大中华区首席执行官
李书福 吉利控股集团有限公司董事长
张近东 苏宁电器股份有限公司董事长
马化腾 腾讯公司董事会主席兼首席执行官
陈 晓 国美电器董事局主席
唐 成 协鑫（集团）控股有限公司总裁
魏应行 顶新国际集团董事长
周鸿祎 北京奇虎科技网络有限公司董事长
刘晓光 首创集团总经理
万 隆 双汇集团董事长
梁上燕 星河湾地产控股有限公司副总裁

14:00 — 18:00 平行论坛二 资本新势力

主题阐释：
产业资本与金融资本全方位融合，各路新资本纷纷亮相，并且在旧产业重构和新战略性产业的勃兴中扮演着关键角色。新资本新思维和新商业力量的渗透中，财富机会何在？中国未来的商业格局又将发生怎样的嬗变？
拟邀论坛主持人：
杜 斌 CCTV证券资讯频道财经评论员
拟邀论坛嘉宾：（排名不分先后）
祁 斌 中国证监会研究中心主任
李伏安 中国银监会业务创新监管协作部主任
李小加 香港交易及结算所有限公司（港交所）行政总裁兼董事会成员
牛锡明 交通银行行长
曹 彤 中信银行副行长
任汇川 中国平安保险（集团）股份有限公司副总经理首席保险业务执行官
万 峰 中国人寿保险股份有限公司总经理
阚治东 上海奥锐万嘉创投基金董事长兼总裁
熊晓鸽 IDG全球常务副总裁兼亚洲区总裁
王中军 华谊兄弟传媒股份有限公司董事长

18:00 — 20:00 VIP晚宴

晚宴演讲嘉宾：
汪朝光 中国社会科学院近代史研究所副所长
演讲主题：民主共和的理想与武夫治国的结局——辛亥革命之后的中国政治

入场券价格： RMB 2800
购票须知： 入场券费用包括2011年1月15日的会费及餐饮。不含其它费用如接送、住宿等，座位有限，额满即止。有关此次会议的一切事宜最终解释权归《经济观察报》所有。
订票电话： 010-64209022-1284 **联系人：** 牟晓东

《经济观察报》品牌活动部
联系人：陆小妹、陈锋
电 话： 010-64209022-1228 64209022-1289
传 真： 010-64209018
邮 箱： luxiaomei@eeo.com.cn chenfeng@eeo.com.cn
地 址： 北京市东城区和平里兴化东里甲7号楼

会议时间： 2011年1月15日 9:00-18:00 / **会议地点：** 北京富力万丽酒店 / **主办单位：**《经济观察报》社 / **独家新闻门户网络：** sina新浪财经

合作媒体： 腾讯财经 鳳凰網财经 和讯 经济观察网 網易财经 搜狐财经 中国经营报 东方财富网 中国企业家 華夏時報 GE环球企业家 英才 新领军 中国新闻周刊 新京报

合作伙伴： Baidu百度

BMW的2010

悦之年

马赫 / 文

年终特刊中增加一组宝马的专题报道，并不完全是报社市场策划部的主意。客观地讲，在众多跨国车企中，宝马2010年的中国表现的确出色。

2010年，中国汽车销量再创新高，年产销超过1800万辆几成定局。其中，宝马在华年销量将超过15万辆，同比增长约八成，远远跑赢大势。而在过去六年里，宝马在中国的销量增长了10倍。估计要不了多久，中国就会成为宝马的全球第一大市场。

相较于“量”的进步，一个小细节更令我觉得宝马值得关注。讲述这个细节的是一个刚刚从日企加盟宝马的新员工。他说，在宝马内部，上下级之间很平等，开会讨论时大家争着发言，声音很大，新人也经常会因为工作而与总监争执。

这在普遍存在大企业病、官僚气颇浓的汽车行业里是难能可贵的。也正因此，宝马中国、华晨宝马聚集了一群充满活力的年轻人，中高层管理人员也多是70后，大多精力充沛且低调务实。

正是这个“内心年轻”的优秀团队让宝马在2010年取得了在销量之外的突破。在品牌、本地化、产品布局、营销等方面上，宝马进步明显。

特别是在品牌上，“宝马之悦”品牌理念的发布让宝马成功实现了形象蜕变，从以往冰冷的驾驶机器，正在转向注重社会责任、倡导人、车、天和谐的亲民高档品牌；在产品、形象传播上，更是宝马这个年轻团队的特长，3行动、文化之旅等活动将车主、潜在用户结合了起来；而在未来技术上，高效动力的理念也已经被业界所认可。宝马团队的另一个特点是高度本地化。即便有“老外”，也多是会中文，了解中国市场。这也决定了宝马比一些竞争对手更加注重本地化，国产化力度不断加强。

宝马的这些改变，也让“宝马之悦”的品牌理念变得更为可信，也让宝马在2010年过得很“悦”。这不是表面上的“悦”，而是深层次的“悦”。



BMW 这一年：从植入到融入

刘晓林 / 文

从新产品到新工厂、到新的金融公司，再到全新的品牌战略，2010 年，没有哪个汽车品牌像 BMW 一样，为了一个市场如此深刻地变革自己。

“BMW 希望能扎根中国，成为一个受人尊重的百年老店。”在海拔 3000 多米的世界之巅西藏拉萨，BMW 大中华区总裁兼首席执行官史登科博士表达了对 BMW 在中国的未来期许。

这一期许不是销量，也不是市场份额，而是中国几千年商业史中最具本土特色的经营之道：打造百年相传的品质口碑。按照过去最流行的“白家老号”的命名方式，史登科博士的目标可以具化为“BMW 老号”。

为了这一目标，BMW 今年正式启动了在中国的全新战略。

投资 50 亿启动华晨宝马二期扩产、连续推出 6 款重磅新车，BMW 金融公司落地中国……这些砸向市场的重拳很快见效，今年前 8 个月，BMW 在中国市场的销量突破 10 万辆。2010 年被定义为 BMW 在中国具有里程碑意义的一年。

但在个人履历高度“本土化”的史登科博士看来，销量的提升并不是今年的主要任务。2010 年是 BMW 进入中国的第 16 个年头，也是 BMW 国产的第 8 年。史登科博士的任务要解决的是下一个 8 年，乃至下一个 10 年在中国的持续发展问题。

而他选择的第一步就是重塑品牌。

于是，BMW 在中国的 2010 年是以一个汉字——“悦”来开篇的。按说文解字，“悦”就是把“心”“兑”现。辞海解释说：悦，服也。孟子所谓“中心悦而诚服”。有人据此称，BMW 在中国已经成功脱离了“埋头卖车”的“初级阶段”。

与此同时，通过“文化之旅”、“X 之旅”，BMW 在万里长征中完成了对中国文化民俗的“田野考察”。同时，借 BMW 3 系 2011 款上市“穿越时尚 40 年”的万人音乐会，这个诞生于慕尼黑的百年品牌拉近了与中国年轻人的心理距离。

对竞争对手而言，2010 年的宝马变得更有进攻性了；但在消费者眼里，宝马变得更亲和，更具中国味了。这也许就是史登科博士最想看到的结果。

从输入到融入

4 月初，北京机场高速一路上的擎天柱广告牌，全变成了幻化为各种京剧脸谱的 BMW 概念车“悦”，魅惑的油彩与狂放的线条，给枯燥的旅程平添一份愉悦。

而这只是 BMW 全新的品牌战略——“BMW 之悦”的一个“小手笔”。

入华 8 年来，BMW 一直在不断地向中国输入产品、输入技术、输入人才。但从这两年开始，更多的“输入”变成了“融入”。BMW 文化在中国落地，这或许是 BMW 今年最大的收获。

一份研究在华外资企业的报告指出，任何一家在中国的外资企业，都存在着一个与十四亿人如何共处的问题。外资企业必须得与中国社会融合起来。对于 BMW 来说，这一条生存原则显得尤为重要。

过去几年的经历已经让 BMW 意识到，在中国，一个汽车品牌的“名声”和人的面子一样重要。而 BMW 想要的绝不是只“贵”而没“品”的品牌形象。“BMW 的长期目标是成为最受尊敬的豪华厂商。”史登科博士表示。

所以，今年 4 月，史登科博士亲自宣布，在中国启动以“BMW 之悦”为核心主题的品牌战略宣传活动。围绕着这一主题，BMW 首次在中国市场开展了全方位的重塑品牌的活动。

BMW 广告语“JOY is BMW”在德国大受欢迎，BMW 希望经过中国化演绎的“BMW 之悦”能达到同样的效果。

而在 BMW 看来，这个几千年前就在《尔雅》、《孟子》中出现的“悦”字，浓缩了中国人“怒可以复喜，愠可以复悦”的传统情感，与 BMW 品牌的深层诉求不谋而合。

于是，在之后的 8 个月中，一个遒劲的毛笔字“悦”成了汽车媒体们见到次数最多、也最精简的品牌宣传语。业内人士则评价说，中国汽车界从来不缺乏口号，但只有 BMW 能把感情口号打得如此铺天盖地。

不过，对史登科博士来说，“BMW 之悦”的理念与中国文化的融通并非几幅水墨丹青图就能解决得了的。

因此，在之后的几个月中，从开着 22 辆 BMW 车在吴闽浙粤的乡间抢救濒危文化，到横跨西部戈壁大漠的“BMW X 之旅”，再到世界屋脊的“印象·世界之巅专场晚会”，在外人看来，2010 年，BMW 在中国的重心似乎不是卖车，而是在中国做民俗学中的“田野考察”。

与史登科博士接触过的媒体都知道，这就是 BMW 中国的“田野考察”。而且，经过 8 年国产化的积累，BMW 追求的早已不仅是产品层面的认同。“‘BMW 之悦’更全面地反映了品牌与消费者之间更深层的情感联系”，史登科博士说。

另一方面，史登科博士清楚地看到，中国的豪车消费群体已经在悄然地发生着变化。

在 BMW 披露的对 3 系消费者群的研究报告中，他们的特征是“低于 35 岁，本科以上学历超过 50%，在同级别车型中客户受教育程度最高，收入殷实，51% 为男性，49% 为女性”。“中国有古老的文化，也有非常年轻的消费者，我们希望了解当今中国的年轻人在想什么。”

于是，BMW 今年的品牌营销方式呈现前所未有的灵活丰富，经过 BMW5 系“梦想之悦”、BMW7 系“巅峰之悦”后，BMW 的“悦”系列宣传以一票难求的“2011 款 BMW3 系的‘时尚之悦’”延续。

有人怀疑 BMW 舍本逐末，在走意识形态的路线。但业界的感觉是，在三大豪车品牌中，BMW 品牌已经先对手一步在中国传统文明与现代消费观之间找到共鸣。由此带来的亲和力与年轻化已成为 BMW 最大的竞争优势。

而除了品牌理念上的融通，史登科博士更期待与中国消费者在新技术理念上达成一致。

与其他豪车品牌不同，BMW 最早在全系车型中普及了“高效动力技术”，并于今年将 BMW“三步走”的新能源战略蓝图在中国完全展开。这一战略被认为是务实之举。

6 月，千岛湖畔齐刷刷地停着一排和湖水一样纤尘不染的新车，车身上的“混合动力”标识分外显眼。这是 BMW 在中国新推出的两款搭载 V8 双涡轮汽油发动机且售价均在 200 万人民币以上的高效混合动力车型：BMW 高效混合动力 X6 与高效混合动力 7 系。这两款车也宣布 BMW 正式迈出了“高效动力战略”的第二步。

在 BMW 的节能时间表上，过去几年中，BMW 在全系车型上已经成功降低了 30% 的油耗。BMW 用实际行动来推进着对中国环保目标的承诺。

在全新 BMW 5 系加长版上市现场，史登科博士对今年 BMW 在中国的“想法”做了清晰的总结：“中国有古老的文化和历史，还有我们这种很传统的车系。但中国同时拥有非常年轻的汽车市场，还有非常年轻的用户，这也是为什么我们推出‘BMW 之悦’，同时，市场和社会在不断的成熟，任何一个地方永远都会有新的想法和固有东西的整合。这是为什么我们在中国会推出加长版 5 系和加长版 7 系。因为中国客户需要，因为这是中国的文化价值观。”

更具进攻性的“中国定制”

与声势浩大的品牌宣传相比，稳步推进的产品本土化仍是 BMW 在中国的立足之本。在 BMW 近几年的产品进化图谱中，为中国定制的产品成为越来越丰富的一支。

4 月的北京车展上，BMW 展台格外热闹，除了一口气推出三款新车——BMW120i、BMW130i、BMWX6 外，全新 BMW5 系 Li 的发布成为一大看点。

而 BMW 集团董事伊恩·罗伯森对中国人汽车消费观念的解读让人印象深刻，“在中国，BMW5 系车通常是面向中层管理人员的汽车，而 BMW7 系则是面向高层行政管理级别的消费者，这种等级不会交叉，只会更加细分。”这种对中国特殊消费语境的洞悉，直接导致更多“中国定制”产品的出现。

8 月，虽然比对手晚上市两个月，但当全新 BMW5 系 Li 的上市仪式在大幅丹青水墨背景画和濮存昕隔空传来的“庄子·知北游”中拉开帷幕时，媒体们意识到，BMW 已经扳回了一局。

而能够表现出 BMW 加速在中国本土化的特征除了国产的全新 BMW5 系 Li，加长 BMW7 系也只有在中国市场独家引进。11 月，又一款重磅国产车型——BMW3 系 2011 款也隆重登场。

不仅造车，还要为中国消费者的购买提供更多的便利渠道。在 BMW 看来，这也是品牌理念“BMW 之悦”的诉求内容之一。

在这个目的下，BMW 的金融公司在今年低调而快速地展开。低调是因为 BMW 需要的不是一个噱头，快速是因为 BMW 已经不能满足市场的需求。而与车型一样，更多为中国定制的金融服务将逐渐展开。

破解竞争瓶颈

“中国已经成为 BMW 集团在全球的第三大市场。今天新工厂的奠基标志着 BMW 集团在中国的发展进入新的篇章。”今年 6 月 2 日，扎根沈阳 8 年的 BMW 启动了入华以来最大规模的扩产，总投资超过 50 亿人民币的华晨宝马二期扩产工程正式奠基。当日，专程从德国赶来参加新工厂奠基仪式的 BMW 董事长诺伯特·雷瑟夫先生用郑重的语气强调了中国之于 BMW 的重要性。

“从产品到生产整个过程中，先进技术都引进到中国来了。”在日前接受国内记者采访时，华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远如此评价新工厂。据康思远先生介绍，第二工厂完成之后，新工厂喷漆车间将是 BMW 所有生产体系里最先进的喷漆车间之一。而冲压车间所具备的先进技术此前在 BMW 全球生产体系里面只有一个工厂在用，沈阳工厂将会成为第二个运用这种先进技术的工厂。

对 BMW 而言，华晨宝马二工厂更大的意义在于——“BMW 破解了一大瓶颈，更具主动性了。”

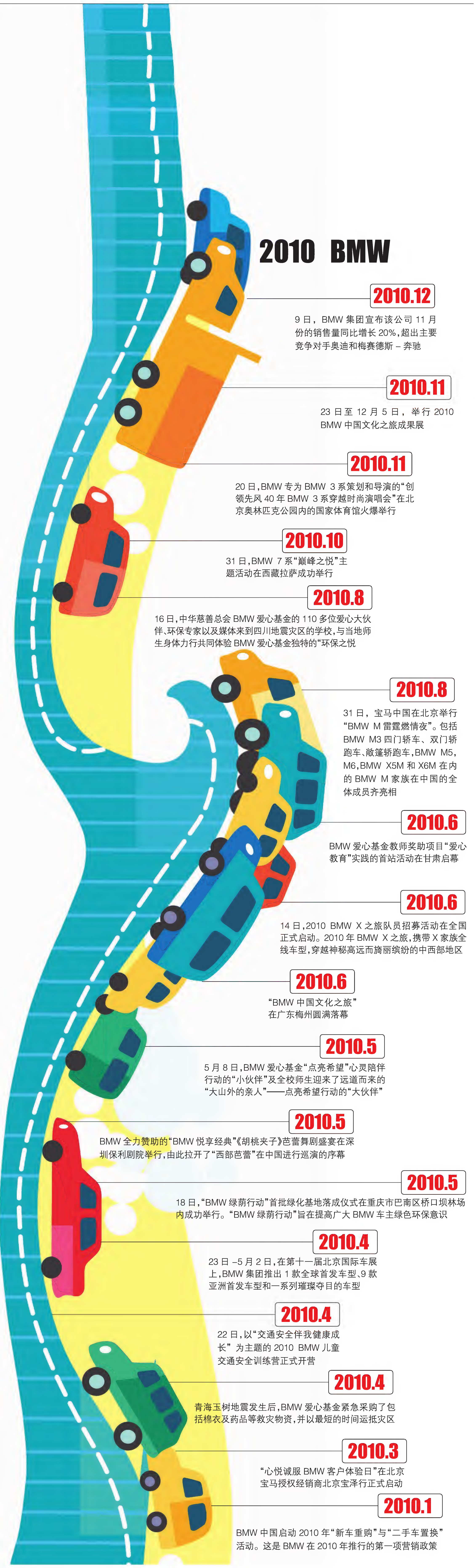
> BMW 一直在向中国输入产品、技术、人才。但从这两年开始，更多的“输入”变成了“融入”。BMW 文化在中国落地，这或许是 BMW 今年最大的收获

三大豪车之间的竞争，永远是中国汽车市场最受关注的话题。近些年来，BMW 与奥迪在中国的差距不断缩小。2009 年，BMW 在华总销量为 9 万辆，与奥迪的销量比为 1:1.7，而今年上半年，BMW 在华销量达到创纪录的 7.5 万辆，增幅高达 101%，并迈入月销万辆俱乐部。与此同时，BMW 与奥迪的销量比也升至 1:1.4。

业内分析指出，从 2010 年的市场情况来看，目前 BMW 与奥迪的差距已经主要是产能上的差距了。今年以来，中国市场对 BMW 品牌超出预期的强劲需求直接导致 BMW 位于美国和德国的工厂处于满负荷生产的状态，且 BMW 不得不从慕尼黑运送 BMW3 系到中国来满足市场的需求。

在产能提升的背后，是 BMW 国产化率的执着推进。据悉，新工厂投产后，BMW 在中国的国产化率将达到 60%，成为中国国产化率最高的豪华车品牌。

扎根中国、品牌深耕，这是业界给 BMW 今年的表现作出的最普遍的定义。而“一家中国公司”，这应该是 BMW 中国最想得到的基本定位。事实上，在中国的观念里，根扎在这里，就是本土的了。





BMW 塑“悦”之途

杨小林／文

进入中国市场16年后，BMW终于找到了自己的品牌定位。这个定位不仅能够全面、准确地诠释BMW的品牌内涵和理念，还可以从心理上影响更多的BMW车主，并让他们紧随BMW品牌倡导的方向前行。

可能连BMW大中华区总裁兼首席执行官史登科博士都未曾料到，“BMW之悦”理念的诞生会给BMW在中国带来如此大的改变。虽然从“BMW之悦”提出到现在仅仅过去了八个月的时间，但是展现在中国公众面前的BMW，却给人焕然一新之感。

从某种意义上讲，改变BMW品牌在中国人心目中的固化且富有争议的形象，并赋予更多诸如年轻、时尚、文化、艺术、公益和责任等元素，这一切正是史登科博士和他带领的这支年轻的宝马团队所希望达到的效果。

从“独乐乐”到“众乐乐”

“现在，我越来越深刻地感受到BMW品牌的年轻、时尚和运动的魅力，还有这个豪华品牌的古老文化传承。更重要的是，BMW品牌倡导的价值观和社会公益责任观。”在BMW 5系车友论坛上，一位BMW车主如此感慨“BMW之悦”给BMW品牌带来的积极变化。

从单方面追求“纯粹驾驶乐趣”，到全方位体验“BMW之悦”，BMW在其进入中国第16个年头时，开始尝试用一种更具亲和力的方式，向本地消费者阐释BMW品牌的完整内涵。用史登科博士的话讲，BMW是在尝试通过“最中国化的方式”，来告诉消费者真正的BMW是什么。

用汉字“悦”取代英语单词“JOY”，是史登科博士和他带领的宝马中国团队花费半年时间才想出来的一个“金点子”。在此之前，BMW在国内家喻户晓的那句广告语“纯粹驾驶乐趣”，基本上就是“照搬”BMW全球通用的广告词“Sheer Driving Pleasure”。

“BMW是一个全球的品牌，BMW要在中国成功，基本条件是必须符合中国的发展、符合中国社会的需求、中国老百姓的口味。”在各种公开场合，史登科博士总是不厌其烦地强调，以本土化的方式诠释BMW三个字母，对于BMW在华发展意义重大。

为了能将BMW品牌理念很好地植入中国，史登科博士用实际行动成功游说慕尼黑总部，使中国成为把“JOY”加入本土化元素进行“特例独行”宣传的海外市场。于是，从今年4月份开始，融入了山水画、京剧、中国印元素的BMW广告在中国铺天盖地般袭来。核心是一个全新的中文字体“悦”。

“一开始，我们总是没有办法找到一个合适的词来准确地演绎我们品牌的精神。最后我们达成共识，我们要找到一个正确的角度，就是以人为核心，永远是把人放在中心。”BMW（中国）汽车贸易有限公司副总裁陆逸表示，“BMW之悦”就是在中国以更符合中国大众受众心理的方式，人性化地解读BMW。

“我们不断地尝试着用中国的元素来演绎我们的想法，我们品牌的诉求。所以大家可以看到，从今年‘BMW之悦’的推出，到全新BMW 5系Li发布的“与坚持梦想者同行”的情感内涵，其实都是在这个大的背景下面，我们去创意的。”在史登科博士看来，“BMW之悦”是全球统一品牌诉求“JOY”的丰富内涵在中国社会和文化背景下的提炼。

“BMW之悦”涵盖了身心感受之悦，成就梦想之悦，责任和分享之悦多个层次的情感。通过这个主张，BMW的品牌内涵在中国被不断丰富。它不仅代表着高性能和有着纯粹驾驶乐趣的汽车，而且代表着创新和积极进取的乐观精神，以及关心社会和关注未来的公益心与责任心。

随着中国豪华车用户人群的逐步扩大，众多拥有专业技能的中产阶层用车需求不断提高，豪华车市场中的细分领域不断增加，这一市场变化促使宝马在中国要延伸品牌内涵，增添更多人文、责任等精神层面的中国元素。

当然，通过“BMW之悦”，BMW的目的不仅仅是要告诉大众BMW是什么，而且要通过大众对BMW品牌理念和品牌内涵的理解，影响他们的社会行为。即从过去单方面注重驾乘者个人乐趣的“独乐乐”，提升至鼓励驾乘者在其置身的社会生活各个层面努力实现人生价值的“众乐乐”。

新“悦”催生新变化

正如史登科博士所评价的那样，“BMW之悦”的提出，表明BMW品牌在中国的发展已经进入更高一个层次。在“BMW之悦”全新品牌理念和为之启动的强大市场攻势下，越来越多的媒体和公众开始聚焦于发生在这个古老汽车品牌的新变化，这为他们全面理解这个高档车品牌的内涵提供了现实依据。

在中国，不论是购买者的身份还是行为，都在很大程度上影响着BMW品牌的社会形象；而早期BMW在华的传播战略中忽视了对公众心理的研究，坚持“宝马就是宝马”，强调技术对比和性能说教，导致品牌定位中“崇尚技术与运动的精英人群”。

品牌理念与消费者认知上的偏差，一度成为部分消费者在做出是否购买BMW决定时一道难以突破的心理障碍。尤其是那些极度注重自身形象的社会精英阶层，以及身居政府机构高位的官员们，因担心自己的社会形象会被BMW“连累”，而不得不将目标投向奔驰、奥迪和沃尔沃等。

一方面，BMW知名度极高，除了这个德系豪华车品牌的历史积淀外，这在很大程度上恐怕要归功于将“BMW”翻译成“宝马”的伟大创意，后者紧密地与中国传统文化中的“宝马良驹”找到了契合点。正因为如此，BMW以宝马之名进入中国市场后，似乎就成为了性能卓越的豪华车代名词。

另一方面，由于历史和现实的原因，这个在全球范围内都一向强调“操控性能”和“驾驶乐趣”的豪华车品牌，进入中国市场后不久便备受争议。尤其是在社会舆论和新闻媒体的聚光灯下，BMW三个字母却有意无意地跟一些社会负面关键词联系在一起。

一个典型的例子是，凡是BMW车主发生的交通事件，总能被媒体和公众捕捉并放大成社会关注的热点新闻事件，而奔驰和奥迪似乎很少享受过这种“待遇”。一时间，BMW不知不觉已成为社会舆论发泄“仇富心理”和指责“特权阶层”等负面情绪的出口。

另外一个例证是，2009年5月，德系三大豪华车品牌（BMW、奔驰和奥迪）同时入围了有“政府公务车采购目录”之称的“2009~2010年中央国家机关汽车协议供货采购目录”，不过在随后的媒体报道和社会关注中，唯独只有BMW进入公务车采购引发了一场不小的争论。

在中国，BMW强大的品牌号召力，与其极富争议的品牌形象并存，这与BMW在其他海外市场的境况截然不同。在全球范围内，BMW的市场定位是喜欢享受驾驶乐趣的“成功专业人士”，而其“尊贵、年轻、活力、典雅”的品牌形象，也得到众多目标客户的认同和追捧。

品牌知名度极高，但是品牌美誉度却亟待提高，这是BMW在中国市场面临的现实问题。有人将这种现象称为BMW遭遇了“中国式幽默”，但是对于BMW的市场营销团队而言，这却意味着极大的挑战，而且，这样的挑战放在奔驰和奥迪那里似乎都不存在。

> 这一市场变化促使宝马在中国要延伸品牌内涵，增添更多人文、责任等精神层面的中国元素

在回答媒体“为什么涉及到BMW车主的交通事件中，总是能引起社会关注？”的提问时，陆逸的回答是：“我们不能够挑选我们的客户，但是我们可以通过一系列负责任的行为，如爱心教育和社会公益倡导，来引导车主朝好的方面去做一些事。”


田野考察


在途中

收获“BMW之悦”

当然，“BMW之悦”不仅改变了人们对BMW的看法，甚至也改变了史登科博士本人的心态。

11月20日晚，在北京奥林匹克森林公园内的国家体育馆举行的创领先风40年——BMW 3系穿越时尚演唱会”上，一身潮人装扮的史登科博士登上了舞台中央。他这次不仅“破例”摘下了无框眼镜，而且黑皮夹克和黑牛仔裤外加一条洁白围巾的混搭“行头”，让这位严谨的德国人一下子变成了时尚达人。

BMW此次携手以沙晓岚、金少刚为首的奥运会视听团队，以及陈奕迅、罗大佑、郑钧、许巍、张靓颖等著名歌星，呈现了一台精彩绝伦的万人演唱会。

而史登科博士如此大动干戈的目的只有一个，那就是为了给2011款BMW 3系“庆生”。毫无疑问，这是在“BMW之悦”理念下，BMW营销驶入“时尚之悦”的一次大胆尝试。因此将一款年度改款车的上市活动以群星演唱会方式呈现，此举在中国汽车营销界尚无先例。

在演唱会现场的巨型电子屏幕上展示的画面，从20世纪70年代到现在的40年间，通过每个时期具有标志性意义的歌曲，表现BMW 3系在近40年间的发展历程中所呈现出的时尚风格。从1975年第一代BMW 3系诞生伊始，BMW3系历经五代，一直站在汽车设计艺术的最前沿，成为无数年轻精英的风尚。

当然，这只是“BMW之悦”借力音乐和时尚对品牌理念的又一次演绎。

10月31日，在海拔近4000米的世界之巅西藏拉萨，BMW携手“印象铁三角”张艺谋、王潮歌、樊跃带领到场嘉宾共同体验“印象·世界之巅”，在艺术盛宴中饱览拉萨河与布达拉宫之壮丽夜景。同时，以“责任·领袖——新商业文明的可持续之道”为主题的中国绿色公司高峰论坛在拉萨召开。

从8月份为庆祝全新BMW5系Li上市的“梦想之路、大美之悦”，到10月份为庆祝BMW 7系在中国销量过万的“巅峰之悦”，再到近期为2011款BMW 3系轿车上市举行的“时尚之悦”万人演唱会。至此，今年提出的“BMW之悦”品牌理念，在一步一步地延展开来。

毫无疑问，“BMW之悦”理念的提出，彻底改变了BMW在中国的市场营销方式。用华晨宝马汽车有限公司市场部高级经理刘旭的话说，“BMW之悦”让BMW的所有市场营销活动“找到了方向”。而这一理念在多个阶段的完美推进，也正让BMW相较竞争对手进入了一个崭新的、更高的品牌推广水平。

而表现在市场终端的销量上，BMW的确因为“BMW之悦”收获良多。

销售数据显示，今年前10个月BMW在华销量（含MINI和劳斯莱斯）接近13万辆，同比增幅接近五成，提前两个月完成全年在华销量目标。今年4月份，BMW更是将在华销量目标从既定的10万辆调整到12万辆，BMW预计年内在华销量将达到15万辆，与去年9万辆销量相比，增幅将超过六成。

实际上，BMW自从推进国产战略以来，从2003年的18445辆，发展到2009年的90536辆。与2008年相比增长38%，这也是BMW在华总销量第一次突破9万辆，增幅超过高档车市场平均幅度。而且，无论是BMW品牌还是MINI品牌，都刷新了以往的销量纪录。

BMW在中国市场的持续高增长态势，让“领军者”奥迪和“追赶者”奔驰都面临较大压力，而在高档车销量和市场份额均持续提升的同时，他们都将面临相同的“品牌”课题——如何从情感上让这个品牌与目标客户“对话”，以便让后者在感性认知上理解一个高档车品牌的核心诉求。

从某种意义上讲，“BMW之悦”的提出，是BMW品牌在全球市场推广中出现的“中国特例”。不过，宝马中国却有效地借助“BMW之悦”这座桥梁，进一步丰富了BMW本身的品牌内涵，并有效地完成了高档车品牌与目标客户的情感沟通。





为中国而变 BMW 基因本地化传承

张煦/ 文

“加长”似乎正成为 BMW 产品的中国标签，去年上市的 BMW7 系进行了加长，今年 8 月上市的全新 BMW5 系 Li 同样进行了加长，而目前正在欧洲进行实路测试的新一代 BMW3 系，据说也要加长。

轴距加长的背后，是奉行本土化策略的 BMW 对于中国市场消费者需求的准确洞察。“今后，将会有越来越多的中国元素体现到全球车企的研发中。”谙熟中国市场的宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科博士这样认为。

但更多中国元素的加入并不意味着 BMW 一贯坚持的产品基因的妥协或削弱。无论是配备“高效动力模块（BMW EfficientDynamics)”的 2011 款 BMW3 系，还是用直列六缸取代直列四缸、发动机进行升级的全新 BMW5 系，BMW 追求驾驶乐趣的产品基因一直未变。

鲜明的产品特色以及对于中国本土消费需求的适当迎合，让 BMW 在中国一路畅销。全新 BMW5Li 系 8 月上市以来，一直处于供不应求的热销状态。今年，BMW 中国将年初的 10 万辆销量目标调高至 12 万辆，而这一调高后的目标今年前三季度就已完成。

2010 年，在“BMW 之悦”的统一主题下，史登科博士及其年轻的本土化团队开展了新 BMW5 系 2011 款 BMW3 系、MINI 家族重装等诸多新产品上市活动，BMW 的运动、激情、时尚等基因，开始了中国化的本地传承。每一款市场定位和目标受众不同的产品，都利用自己的特点在细分市场上演绎“BMW 之悦”的内涵，这正是 2010 年 BMW 销量不断突破的制胜之道。

坚持传统与本地化革新

回首 2010 年前三季度，宝马集团售出销售了 121826 辆 BMW 和 MINI 汽车，这一成绩意味着宝马集团今年 12 万辆的销售预期已经实现。2010 年，BMW 在中国市场上一次又一次地刷新销售纪录，这份杰出的成绩单是怎样达成的？在外界看来，持续地推出各具特色的产品并适当本土化，是主要原因之一。

作为曾在北京大学留学的“中国通”，史登科博士不仅能讲一口流利的普通话，还对中国市场颇有研究。他很早就提出，BMW 作为一家德国老牌车企在中国市场发展，要保持市场策略的灵活性，注重本土化策略。

在这样的思路下，BMW 在华推出的每一款产品都在保持原有产品基因的基础上，灵活地适应中国本土市场需求。

为了适应中国消费者对于后排空间的喜好，BMW 对去年登陆中国的新 BMW 7 系的尺寸进行了全面“拓展”，车长 5212mm，车宽 1902mm，车高 1478mm 轴距加长至 3210mm，超越所有竞争对手车型。而为了在车身加长加大的同时保持宝马车型一贯的动感，避免传统大车给人的笨重感，设计师们下了很大功夫，通过贯穿全身的立体腰线来保持车身比例的协调与整体的动感。

> 随着在各自细分市场中，颇具特色车型的不断引进，为加强品牌以及向更多人群传递“BMW 之悦”

今年 1 月-9 月，BMW7 系共销售 18329 辆，同比增长 128%。

今年 8 月正式登场的全新 BMW5 系车型，同样针对中国消费者的喜好进行了加长。对于后排空间乘坐舒适性的明显改善，也使得 BMW5 系在开拓高端私人用车市场以外，增添了开拓公务用车市场的底气。

在第十六届亚运会开幕之前，宝马中国南区市场推出 100 台“BMW X6 xDrive35i 动感亚洲版”限量车型。该车型以宝马集团标准版的 BMW X6 xDrive35i 为基础，专为庆祝广州亚运会量身定做，从很多细节上体现出强烈的个性化色彩以及本届亚运会的主题标识。

在 BMW X 系家族中，每一位成员都独具个性，BMW X3 的稳重与成熟，BMW X1 的随性，BMW X5、BMW X6 的狂野和奔放都令消费者心驰神往。而“BMW X 之旅”已经成为 BMW X 系家族的一场盛典。今年的 X 之旅路线由夏雨、黄磊等四位明星代表发布，而选用车型也将是宝马 X 系列的大集合：X1、X3、X5 和 X6 Active Hybrid。

其次，在中高端领域，BMW 也推出有针对性的独具特色的产品，满足更多的消费者的“BMW 之悦”。

11 月 8 日，2011 款 BMW3 系上市。此次改款的重点在于 BMW 高效动力的应用。使得目前 BMW 在华销售的全系车型都开始传承 BMW 高效动力的基因元素。

作为高档紧凑车型级别中唯一的后驱两厢轿车，BMW 1 系为 BMW 的市场扩展和受众群的延展，立下了汗马功劳。BMW1 系不但完美地继承了 BMW 的运动基因，更完美地诠释了两厢车独有的灵活操控性。自 2008 年 6 月进入中国市场以来，BMW1 系已经在高档车领域开辟了一个全新的细分市场。车辆技术方面，1 系的动力单元采用 BMW 独特的 Valvetronic 电子气门和 Double-VANOS 双凸轮轴气门正时系统等一系列先进技术，配合迅疾精准的 6 速手动/自动变速箱，近乎完美的 50:50 前后轴重量分配，以及应用最新技术的底盘和悬架系统，使驾驶者得以随心所欲驾驭澎湃动力，尽享人车合一的纯粹驾驶乐趣。

未来，BMW 还将推出排量更小但动力更强劲的发动机。史登科博士表示，“BMW 为未来的趋势做好灵活应对的准备”。“BMW 要在中国成功，一个基本条件是必须符合中国的发展、符合中国社会的需求、符合中国老百姓的口味。”宝马(中国)汽车贸易有限公司副总裁陆逸如此表示。

随着在各自细分市场中，颇具特色车型的不断引进，为加强品牌以及向更多人群传递 “BMW 之悦”，在价格体系上，BMW 进一步丰富和延展。BMW 不断丰富在华销售产品线，如 BMW 1 系和 BMW X1、BMW X3 等紧凑别致的小型 SUV 车型，都是希望吸引更多层次的消费群，感受“BMW 之悦”。

BMW 中国的想法是，“BMW 之悦”的“身心感受之悦”通过宝马 1 系、3 系和 5 系车构成的驾驶乐趣传播平台来完成。而“成就梦想之悦”，则借助 5 系和 7 系体现的豪华尊贵价值来传播。

2010 年 6 月 21 日，随着全新 BMW 高效混合动力 7 系和全新 BMW 高效混合动力 X6 在中国上市，“BMW 之悦”传播的第二阶段开始，“悦”字开始有了新一层的传播内涵。

此前第一个阶段传播的主要目的，是让外界接受“BMW 之悦”这个概念，让受众获得一个粗浅的对“悦”的感受，这是预热的一步，大约持续了两个月时间。

进入第二个阶段后，BMW 一方面借助“高效科技未来动力”作为企业社会责任(CSR)的传播平台来使“责任和分享之悦”落地，“BMW 之悦”的“身心感受之悦”则通过 BMW 3 系和 BMW 5 系车构成的驾驶乐趣传播平台来完成；至于“成就梦想之悦”，则借助 BMW 5 系和 BMW 7 系体现的豪华尊贵价值来传播。

随着一系列政策对小排量轿车的优惠，BMW 也感觉到消费者对小型车的偏好度正在逐步增加。于是，BMW 将在华推出多年的 MINI 进行全系重装上阵，高调宣布全系列车型全面进入中国市场。为迎合小排量车购置税优惠的政策，BMW 甚至在中国推出了 1.4L 的 MINI-ONE。

同时，MINI 在华首家独立旗舰店于 11 月份在上海落成。未来，MINI 品牌的独立渠道也将加速建设，向消费者传递这款精品小车的精髓。

今年 1 月到 9 月，MINI 的客户版图继续高速扩张，共销售近 7500 辆 MINI 汽车，同比增幅达 152.8%，其同比增幅和销量均领跑该细分市场。随着 MINI 全线产品的重装上阵，以及 MINI 开始实施的独立品牌经销商运营体系，MINI 势头正猛。

着眼未来 电动车中国首演

BMW 在中国对于电动车的关注早已起步，2008 年底，在上海与同济大学开始着手名为 ECHO 的电动汽车研究项目，这个项目是将 BMW5 系长轴距版改造成为纯电动汽车的研究，同济大学使用的关键零部件，比如电机、电池和电力电子系统都来自中国本地供应商。

BMW 所有的电动车研发都是基于 BMW 高效动力模块开展的。BMW 的高效动力战略，包括 BMW 的全部产品链，包括混合动力车，包括电动车发展的尝试，也包括在未来氢动力上的研发。

今年 11 月，MINI E 在全国范围内征集车主参加运行体验，以收集数据和用户体验报告，2011 年 2 月第一批测试车型将发放到报名车主手中，这标志着 BMW 电动车战略在中国的正式展开。

MINI E 是 BMW Project i 推出的第一项成果。它以当前 MINI 车型为基础开发，并采用双座设计。高性能锂离子电池由 53 块原电池并联组成一个单元，两个单元串联成一个模块，48 个模块串联成一块锂离子电池，这些模块分成三个阵列紧密放置在 MINI E 中，总重量 230 公斤，最大电能容量可达 35kwh。

MINI E 电能驱动系统的最大功率 150kw，最大扭矩 220Nm，百公里加速时间 8.5 秒。最高时速 152km(电子限速)。实际城市路况下的续航里程可达到 160-190 公里，日常电费支出仅相当于可比条件下用油成本的 15%-20%。

今年 4 月的北京车展上，BMW 发布了 2013 年“超大城市汽车(MegacityVehicle)“计划。2013 年，BMW 将推出第一款量产电动车，并为电动车推出全新品牌。

在着眼未来的电动车上，BMW 依然没有忘记本土化的原则。根据计划，BMW 集团还将与其合资企业的合作伙伴——华晨集团协作，为中国市场开发并生产一款新能源车型，并扩展在沈阳的研发活动。

在史登科博士看来，2010 年 BMW 在华的成绩单，不仅仅看重销量；而是透过销量和产品在市场上的成熟度，来衡量 BMW 的品牌建设。“我们不要看小，要看大，不要看近要看远。”



全新 BMW 5 系 Li: BMW 高效动力的中国答卷

张煦/ 文

作为 BMW 家族的第 6 代产品，全新 BMW5 系 Li 主要有两大特点：一是采用了 BMW 最先进的“高效动力”系统，并且不排除今后搭载混合动力的可能性；二是轴距加长，设计更加考虑中国元素，外形也更为优雅、大气。

事实上，4 年前的国产 BMW5 系轿车就在标准版 BMW5 系的基础上加长了轴距，以扩大后排空间。这不仅成了 BMW 中国本土化战略的典型性事件，而且令其迎来了意想不到的成功，收获了累计高达 7 万多辆的销量，2009 年，其在同类产品中的市场占有率也达到了 15%，远高于奔驰 E 级车 6%的份额。



此次全新 BMW5 系 Li 上市，史登科博士及其团队希望看到的是，这种成功可以把 BMW 高效动力战略与中国化的“BMW 之悦”品牌理念充分结合起来。

延续经典

对于 BMW 来说，BMW 高效动力(BMW EfficientDynamics) 是其近 15 年来企业发展的核心，而由“JOY”演绎而来的“悦”字，则是 BMW 的品牌理念与价值。史登科博士这位会讲流利中文的德国人，甚至可以信手拈来地将其演绎为：“越少排放、越多乐趣”。在他看来：“BMW 要做的是将高效动力与完美驾驶乐趣相结合。”

事实上，自从上世纪 50 年代，被尊为“BMW 之父”的法肯豪森否定了生产低端的 1.3 升小排量汽车计划进而推出动力强劲 1500 型之后，BMW 就基本确立了注重驾驶性能、强调技术突破的高档汽车路线。

资料显示，全新 BMW5 系 Li 是 BMW 工程设计的杰作，是由 BMW 最强大的研发团队与沈阳工厂杰出工程师共同完成，并且其研发过程与全新第六代 BMW5 系同步开始，经历了一个全新车型完整的研发过程。

全新 BMW5 系 Li 可谓是同级别车型中创新的车型，它运用了 BMW 多项先进的技术，从底盘到发动机，从车身到变速箱，每一项技术都深得 BMW 高效动力的精髓，包括制动能量回收系统等。正是高效动力技术的大量运用使新车型在环保上达到了全新的高度，油耗和二氧化碳排放量较上一代 BMW5 系最多可减少 18%。

如今，在中国市场发现增长点的 BMW 不仅再次选择了加长，而且外形风格也变成了“中国式”的优雅，不仅考虑到中国客户对于商务及空间的需求，其后排座椅更是为中国客户单独研发。BMW 希望通过这种产品变化来扩大 BMW5 系在中国的用户人群，进而塑造更有亲和力的社会形象。 从以前主要集中于私人商务用车市场向政府公务用车市场拓展。

初露锋芒

作为针对中国市场开发的第二代长轴距产品，全新 BMW5 系 Li 已经显示出强大的市场感召力。

今年 8 月，BMW 正式推出了国产全新 BMW5 系 Li，最先进入市场销售的是 523Li、528Li 和 535Li 三个版本 4 款车型，不过这显然无法满足国内消费者的全部需求，于是 BMW 于 10 月份向中国市场再次推出全新 BMW 5 系 Li 领先型产品，华晨宝马高级营销副总裁戴雷博士表示：“上市的每一个车型市场反应都不错。目前经销商接到的订单已排到 2011 年春节左右。”

全新 BMW5 系 Li 的成功是预料之中的事。

首先，第五代 BMW5 系的设计颇具特色并已经为人们所接受，这为新一代 BMW5 系的入市建立了良好的条件。

其次，全新 BMW5 系 Li 系长轴距版的开发与国际标准版同步，且针对国内消费者的偏好，进行了本土化的改动。在尺寸、空间、豪华特别是内部细节等方面，都更加满足中国消费者的喜好。

另外，全新 BMW5 系 Li 可以实现较上一代节油 18%，将 BMW 的高效动力技术发挥得淋漓尽致。

值得一提的是，全新 BMW5 系Li 的价格与上一代产品相比实际上并没有提高，甚至有些拉低，进一步增加了与竞品之间的优势。




目前,BMW 是唯一一家在全线产品已经应用高效动力技术的汽车制造商

BMW 高效动力:乐趣和动力兼具的智慧

张煦 陈晓伟 / 文

1923 年,第一部 BMW 摩托车问世。五年后的 1928 年,BMW 收购了埃森那赫汽车厂,开始生产汽车。不知不觉,昔日巴伐利亚的小工厂已经成为了世界屈指可数的豪华汽车生产商。一直以来,出色的操控性和非凡的动力成为 BMW 引领技术风潮的代名词,而 21 世纪的今天,古老的 BMW,正在因高效动力技术(BMW EfficientDynamics),焕发出新的活力和生机。

2006 年 9 月,新上任的 BMW 集团董事长诺伯特·雷瑟夫在思考 BMW 未来技术发展方向的时候,感到困惑。从诞生至今,“纯粹驾驶乐趣”一直是 BMW 的金字招牌,而在注重低碳环保的今天,降低油耗、保护环境是 BMW 不可推卸的社会责任。如何在达到低耗能、低排放的环保目标的同时,让 BMW 特有的“驾驶乐趣”不减呢?经过不断地摸索和实践,雷瑟夫找到了一个让两者兼具的奇妙法宝——BMW 高效动力。即确保 BMW 特有的驾驶乐趣的同时,不断降低车辆的油耗和排放,实现可持续发展。“为客户和环境,我们想得更远,想得更早。”雷瑟夫说。

几年来,在对高效动力技术的不断开发和探索中,BMW 已经用实际行动证明:排放和动力之间,可以实现完美对接。而 BMW 高效动力无论在整体产品线方面或是具体车型上,已经取得了显著的效果:目前,BMW 是唯一一家在全线产品已经应用高效动力技术的汽车制造商;过去五年中,BMW 连续被道琼斯可持续性发展指数评为汽车行业的领导者……

运动与激情,是嵌在 BMW 生产的每一辆车中的基因。失去了它,就失去了 BMW 的灵魂。而 BMW 高效动力技术成功地让 BMW 全系产品 CO_2 排放降低,而且不以牺牲动力性为代价,使环保成为烙在每一辆 BMW 车中的又一枚基因。

BMW 高效动力技术运用到产品中后,使 BMW 全系车型的平均功率在达到 170 马力(125 千瓦)的同时,平均二氧化碳排放水平保持在 150g/km。雷瑟夫相信,通过继续推进 BMW 高效动力,大力推广混合动力车,BMW 能在 2020 年前,将平均单车 CO_2 排放水平在现在基础上再减少 25%。

而作为 BMW 销量上升速度最快的中国市场,BMW 车主也开始能够享受到 BMW 高效动力带来的低碳和动力的双重驾驶乐趣。“通过降低性能来减少油耗和排放不是 BMW 的方式。BMW 要做的是将高效动力与完美驾驶乐趣相结合。”宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科博士希望,通过更多绿色产品和理念的引入,使 BMW 在中国拥有可持续的未来。

今年 6 月,以“悦自然 驭动力”为主题的 BMW 高效动力体验之旅在风光旖旎的千岛湖展开。试驾中,全新 BMW 高效混合动力 7 系和全新 BMW 高效混合动力 X6,带领人们进入了“天人合一”的低碳驾驶境界。今年 11 月,MINI E 实路测试体验活动在华展开。

BMW 一系列的先进技术开始在中国陆续首演,而未来,对乐趣的追求和对动力的探索还在不停推进……

远见

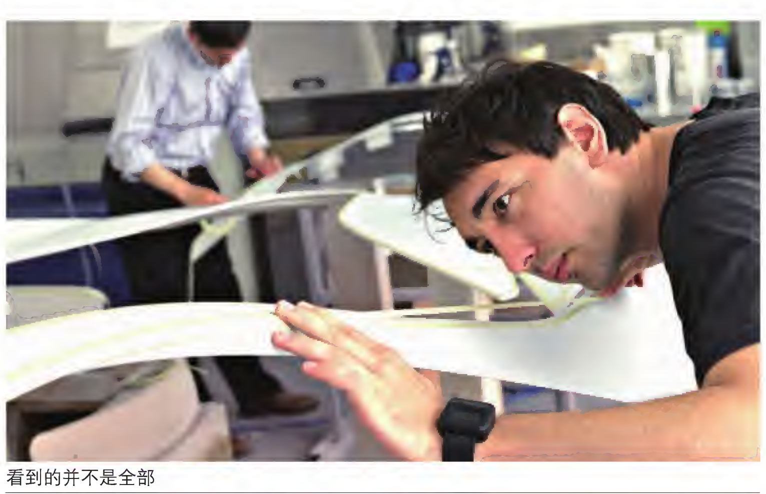
在过去的几年中,虽然二氧化碳的排放难以感知,但很多 BMW 车主会注意到,在动力和激情增加的同时,BMW 的油耗却在大幅缩小。

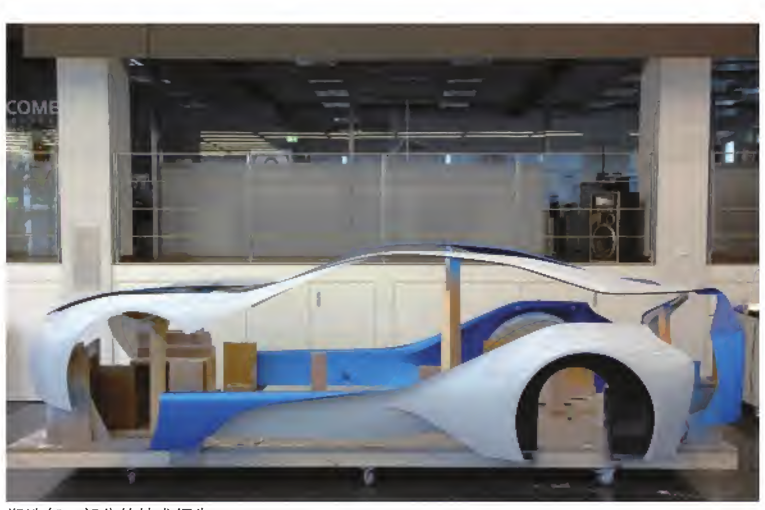
VALVETRONIC 电子气门发动机、HPI 高精度直喷发动机、镁铝合金曲轴箱、多相位高强度钢板、主动空气动力控制、制动能量回收技术、发动机自动启停功能……这些不太为大众所熟知的高效节能技术成果,帮助 BMW 车主在享受“Sheer Driving Pleasure”的同时,感受到低碳驾驶的乐趣。

早在 2002 年,BMW 就提出高效动力的概念。经过数年的开发探索,BMW 高效动力技术日益成熟。2009 年年底,BMW5 系 GranTurismo 集成式技术的推出,也标志着 BMW 高效动力短期目标的达成。BMW 把第一阶段对高效动力探索到的成果集成在这款车上,它所应用的双涡管单涡轮增压系统、制动能量回收系统、滚动阻力极小的轮胎、智能车辆辅助装置控制、全面应用的轻量化设计等,从不同侧面和角度完美诠释了 BMW“纯粹驾驶乐趣”的高效动力。而目前,BMW 是全球唯一一家在全系列车型、而不仅仅是特定车型中成功贯彻这一原则的汽车制造商。

> 通过降低性能来减少油耗和排放不是 BMW 的方式。BMW 要做的是将高效动力与完美驾驶乐趣相结合

任何对创新技术的探索都需要强大的气魄和坚定的勇气。在高效动力上,BMW 一直保持长期持续的投入。2009 年 6 月,BMW 成立了空气动力学测试中心。1.7 亿欧元的巨额研发费用的投入,让车辆动力性能、效率,以及行车稳定性等诸多因素有了显著的改善。这所位于慕尼黑 FIZ 研究与创新中心附近的空气动力学测试中心,拥有整个世界汽车行业中最现代的空气动力学测试设施和一座用于分析原始尺寸车辆的风洞。借助这座新兴的空气动力学测试中心,BMW 在进一步提高所有 BMW 和 MINI 车型的关键优势等创新技术方面,拥有了比以往更强大的实力和资质。


看到的并不是全部


塑造每一部分的技术领先


高精密的测量

在 2002 年制定高效动力战略的时候,BMW 设定了短、中、长期三个目标,并明确划定了时间节点。短期内通过对汽油发动机/柴油发动机传统内燃机的效率、动力单元附属装置、车辆空气动力学部件和车辆能源管理系统的不断升级改进,增加动力,降低油耗。

而未来,要走的路还很长,BMW 依然在探索的路上……

“中期”第一年

在 BMW 看来,2009 年 10 月首次亮相的 BMW ActiveHybrid 7 和 BMW ActiveHybrid X6,标志着 BMW 高效动力成功实施 7 年之后,正式跨入中期规划的实施阶段。

在中期规划的开局之年里,BMW 交出了不错的成绩单。而这两款具有里程碑意义的混合动力车型以 BMW 独特的创新方式诠释环保与动力,使豪华与效率在这两款车型上同时出现。

在成功达成初期规划设定的目标后,BMW 高效动力的中期发展制定了更具体的规划:将电气化动力传动系统以及全混合动力系统产业化,进一步提升车辆的燃油经济性和排放清洁度,同时确保 BMW 特有的驾驶乐趣。

今年 6 月,杭州千岛湖畔,BMW ActiveHybrid 7 和 BMW ActiveHybrid X6 体验之旅将 BMW 高效动力(BMW EfficientDynamics)的新感觉传递到中国。这两款使用不同混合动力技术的车型,将豪华与高效进行了全新的演绎。

在各大汽车厂商厉兵秣马纷纷进军电动汽车领域的今天,人们对于混合动力技术并不陌生。而 BMW 在全新的 BMW ActiveHybrid X6 车型中就使用了行驶中能提供 5 种不同的工作模式全混合动力技术。在低速行驶状态下,BMW ActiveHybrid X6 会更为主动地使用电动机驱动,以降低发动机工作带来的燃油消耗。在城市中时速低于 60km/h 时,BMW ActiveHybrid X6 可以以纯电动驱动的方式行驶 2.5 公里,并利用滑行和制动对电池充电,达到高效节能的效果。

高达 300 千瓦双涡轮增压 V8 汽油发动机,配以额外的两台功率分别为 67 千瓦和 63 千瓦的电动机作为汽油发动机的辅助动力,使 5.6 秒内加速到 100 公里/小时的时速不再只是驾驶者们的梦想。而 BMW ActiveHybrid X6 也由此成为采用混合动力技术加速最快的 SAC 车型。

同时亮相的 BMW ActiveHybrid 7 也使用了部分混合动力技术,但与 BMW ActiveHybridX6 不同的是,BMW ActiveHybrid 7 有 4 种工作模式。由于装备了 4.4 升 V8 双涡轮增压直喷发动机,在调校上增加了 30 千瓦的动力,使动力性能最终达到了 330 千瓦。而发动机仅与一台三相同步电动机相连,8 挡自动变速箱也反映了 BMW 在动力传动技术方面的领先地位。


动力带来的技术飞跃还不只这些

BMW 高效动力带来的技术飞跃还不只这些:2006 年,BMW Hydrogen7 氢燃料内燃机车型已经实现小规模量产,在使用液氢燃料时,车辆的排放物几乎只有水;2009 年前,通过优化现有车型的发动机技术、空气动力学、轻量化车身等提升现有车型的燃油效能,实现了在提升功率的同时降低油耗和二氧化碳排放的目标。

在着手眼前的同时,BMW 的眼光也投向了并不遥远的未来:2009 年至 2020 年,大力推广 BMW 混合动力汽车和电动汽车,目前已经顺利走过收获颇丰的第一年;在各大汽车生产厂商中,只有 BMW 拥有自己成熟的氢动力内燃机技术。而 BMW 希望,2020 年后部分车型能够逐步过渡到以氢能源技术为代表的清洁能源车辆。

绿“悦”中国

进入中国之初,BMW 就承诺“把最先进产品和技术带入中国”。而今,BMW 正一步步兑现着这个承诺。

2007 年秋季,BMW 高效动力实现了规模化的突破。19 款 BMW 车型不仅达到了小于 140 克/公里的二氧化碳排放等级,而且比较前代车型和竞品车型,二氧化碳排放改进措施的实际效果也更加显著。在欧洲销售的所有新款 BMW 车辆中有三分之一以上达到了小于 140 克/公里的二氧化碳排放等级。

从那个时候起,BMW 在中国国产和进口销售的车型也全面进入高效动力阶段。当时,BMW 高效动力中的各项改进方案均作为标准装备提供给客户,技术人员为每款车型匹配最佳的技术参数,所有这些措施涵盖 BMW 全部产品系列。

去年年底,节能也成为了 BMW 对中国的另一项战略承诺。

在专门针对中国市场开发的加长 BMW 5 系身上,BMW 高效动力发挥得淋漓尽致。其在轴距增加的同时,保持了 BMW 既有的驾驶乐趣,同时油耗显著降低,迅速赢得了中国消费者的喜爱。

在华晨宝马汽车有限公司高级营销副总裁戴雷博士看来,“BMW 在中国市场重新推出 BMW 520Li 和 BMW318i 进取型,在具有除了动力表现的同时,具有极佳的燃油经济性,再次体现了我们在中国市场的战略,即坚持将 BMW 的最新产品带给中国客户。”

BMW5 系 GranTur-ismo 在以概念车亮相半年后,就在中国与全球同步上市。这款车除了开辟一个全新的细分市场外,还有一个非常重要的技术亮点:首次结合了双涡管单涡轮增压技术、高精度直喷系统、BMW 独创的 VAL-VETRONIC 完全可变电子气门管理系统等,是一款颇具代表性的高效动力车型。

为了使 BMW 能够一直保持在技术上的优势,BMW 重点推出智能能量流管理技术(包括混合动力技术和电驱动技术)。BMW 把这个寄予厚望的电动汽车发展项目命名为“项目 i”。在“项目 i”框架内的第一步,已经有 600 辆 MINI 纯电动车在全球进行了实路测试。而目前,BMW“项目 i”第二步已重磅启动,在第二步中,BMW 计划组建基于 BMW Concept ActiveE 的第二个电动汽车测试车队,针对私人及特定的机构用户进行重点测试。未来,BMW 会把经验反馈到其一款电驱动的量产车型开发中,该款车将在 BMW 的一个子品牌下,在 21 世纪第二个十年的上半叶推向市场。

相比较之前 BMW 在氢动力上的研发投入和宣传,电动车项目详细的研发规划、量产时间表都在表明,在未来技术路线选择上,BMW 开始了新一轮的尝试。以电动为核心的研发成为 BMW 的新宠。

“到 2020 年,BMW 全系车型要在现在的基础上再降低 25%的排放,”戴雷表示,“这是有挑战却可以完成的任务。”

而在 BMW 的整个价值链中,BMW 高效动力已经成为其贯彻生态和社会的可持续性发展、全面的产品责任以及明确的节能承诺的标识。在今年 BMW 全新品理念“悦”的推广中,BMW 提出了一个全新的口号:“悦是兼得而非取舍”,而正是 BMW 高效动力用科技点亮的非凡智慧帮助人们成功实现兼得。



BMW 照进现实

沈欣 /文

在2010年，更多人的“宝马梦”变成了现实。

早在2002年，和华晨合资建厂之前,BMW在中国大陆的销量为6700辆。“今年前10个月BMW在中国销售增长超过80%,销售超过13万辆汽车。”华晨BMW汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远表示，这是继前8个月突破10万辆销售大关后,BMW的又一个新纪录。

由于产能限制,脱销的国产BMW 3系只能多次依靠从德国本土进口的车型来保证中国市场的供应量，这种增长速度让今年年初预测豪华车市场增量不会超过10%的各路专家们很快就沉默不语。

“市场细分也在逐步增加,我们不会仅仅定位于高端客户群体。”BMW集团董事伊恩·罗伯森表示。正是基于这种认识,BMW在不断扩大它的产品线及价格范围，覆盖体系从BMW 1系直到高达约15万美元的BMW 7系。而从市场的反映也可以看出，BMW正逐渐摆脱让人仰视的豪车品牌形象,转而成为一个内涵更丰富、更亲民的豪车品牌。

与此同时，由180家BMW授权经销商组成的营销体系已经形成。BMW正在通过快速增加销售网点,有效扩大销售网络,覆盖更多城市。

降低豪车门槛

位于北京机场高速边东苇路上的北京燕宝京港店，无论什么时候走进这个BMW的4S店,都会看到店内人头攒动，即便是在周一到周五的非休息日期间，也会有形形色色的买车人到店里来看车。

“现在的情况是几年前不敢想象的,几年前我们还只有位于亦庄的一家4S店，那个时候来买车的人不是在股市里挣了钱的暴发户，就是企业老总。能够买得起宝马的人真是少数,几个销售人员就已经足够应付那个时候的市场了。现在不一样了,BMW的入门价格一降再降，一般的BMW 4S店都拥有数十个销售员。”已经在燕宝服务10年的老员工这样评价这几年的变化。

今年以来,BMW在汽车销售终端领域进行了大幅度的调整，尤其在销售价格终端上,BMW采取了前所未有的大幅度让利。

BMW相关高层表示,BMW此前一直坚持高端产品不降价的策略,为的是维护BMW的高端车形象。但随着豪华品牌全线产品快速引入中国以及国内豪华车市场的竞争加剧，中国的豪车市场整体门槛进一步降低。奔驰把C级180的价位设定在了30万出头,市场上的奥迪A4的入门价也下探到29万元以下。紧跟中国市场动向的BMW及时调整了定价体系,BMW 3系、BMW 1系直接进入了30万元以内的价格区间，这样的快速反应很快就为BMW带来了意想不到的成绩。

价格的力量是无穷大的，更多竞争对手的出现以及不断降低的价格门槛让BMW几乎全系车的价格体系都重新定位,BMW 520Li的入门级价格开始调至不足36万元，BMW 318i只需要24万元就可以购买,BMW 1系车降价4万元,2011款BMW 3系上市就让利4.6万元之多。

BMW及其经销商们在2010年打出的一系列价格组合拳将BMW这个豪华品牌的门槛较5年前成功削低了将近10万元之多。于是,我们看到了更多徘徊在BMW与国产中级轿车之间的中国消费者,不再犹豫和感叹,果断地选择了BMW。

数据显示,2010年上半年，中国高档豪华车市场以高达91%的增速，反超乘用车市场46.5%的整体增速。其中宝马汽车增速高达98%。

延续经典营销策略

2010年里，将更多客户引入BMW 4S店的主要原因，除了中国消费者对于BMW的趋之若鹜、豪华车整体价格体系下挫外，更重要的还是BMW采取了更多有效的新营销策略。

这种策略围绕着一个目的，就是以一种更符合中国人的口味的方式，更好地向国内消费者传达BMW的品牌理念和品牌内涵。

在BMW中国的网站上，今年第一条新闻是“宝马品牌启动‘新车重购’与‘二手车置换’活动”。这是BMW延续2009年的一项成功活动，也是BMW在2010年推行的第一项营销政策。显然,BMW已开始着手在中国培育第二辆车主的群体了。

“我父亲10年前购买的车就是一辆老款的宝马5系，这车一直是家里人的骄傲，陪伴我们度过了最快乐的10年。现在我们希望能够给这辆车找一个好归宿,同时我们还希望能拥有全新的宝马5系,这个想法最终是在宝马的二手车置换计划中实现的。”一位在BMW换购计划中获益的消费者对记者表示。

通过置换、补贴等政策,BMW不但盘活了一大批想用老宝马置换新宝马的车主，同时也通过非BMW品牌的置换拉动了一批新用户。此外,更重要的是将BMW的品牌文化通过新车型的换购传承并延续了下去。

品牌的传承通过产品得到了延伸和发展,但关于BMW之“悦”则需要客户去体验。因此,与忙碌的销售终端不同,BMW中国团队今年的定位更像一个文化公司。从文化之旅,到X之旅,到拉萨论坛,这些活动为“BMW之悦”的营销推波助澜。

在“BMW之悦”品牌战略出炉的当月,BMW就同时推出了两项以“悦”为名的售后服务营销活动。分别是“‘悦’动消费者,华晨宝马再推购车优惠新举措”和“心悦诚服BMW客户体验日”的营销活动。

在BMW 3系2011款上市盛典再掀热潮时，宝马中国汽车销售有限公司总裁许智俊对媒体道出了BMW对中国设定的营销方针,“今年我们的重点在于尽量利用有中国元素的演绎方式,让它更地道、更能够融入我们中国经济社会发展当中，让中国朋友更彻底地了解BMW之悦的真正内涵。”

这一理念贯彻在了BMW举办的“悦随擎动 2010

> 有了正确的营销政策、有了出色的产品、有了雄厚的资金支持,BMW在中国还需要不断加速其销售网路的建设

年BMW 3行动”中,作为效果最显著的营销实践，该活动在中国大区取得了广泛的关注。从启动开始,“悦随擎动 2010年BMW 3行动”共历时4个多月,活动受到了BMW客户、品牌爱好者及公众的极大关注，吸引了来自全国各地超过40000名BMW爱好者的积极参与。

“这是非常成功地一次营销”,业内资深分析人士感慨,“当形形色色的驾驶者和最经典的宝马车在各具特色的城市中游走时,BMW已经把握住了中国最具消费潜力的年轻人的内心渴望”。

华晨BMW汽车有限公司高级营销副总裁戴雷博士同样欣喜于市场的反应,“BMW 3行动已经发展成为了业内非常知名的市场体验活动，并得到了广大BMW 爱好者和喜欢挑战的年轻人群的认可,我们感到非常欣慰。今后,BMW将推出更多样的适合中国客户的活动，真正做到‘体验驾驶乐趣,畅享悦意人生！’”

BMW 汽车金融

“全球化思考，本土化合作”，BMW汽车金融落地中国是BMW今年迈出的关键一步。，

2010年，在中国市场全线发力的BMW进一步得到了汽车金融服务系统的支持。9月,BMW汽车金融(中国)有限公司获得中国银监会的正式批准。11月12日,这项服务系统正式运营。

金融公司由BMW集团和华晨宝马共同投资5亿元，其中宝马集团占股58%,华晨宝马占股42%。这是豪华汽车品牌中第一家与中方合作伙伴合资成立的汽车金融公司。拥有丰富经验的柯迪(Mr. Kirk Cordill)被任命为BMW汽车金融(中国)有限公司的总经理兼首席执行官。柯迪表示:“我们相信，拥有BMW全球运作的丰富经验和华晨宝马对本土市场的深刻了解,我们找到了一条通往成功的道路,那就是:全球化思考,本土化运作。这将给我们的经销商合作伙伴及最终客户提供一个巨大的销售平台，并进一步推动我们在中国的增长。”



与BMW在中国的本土化策略一脉相承,BMW金融服务的理念是“让梦想不再遥远”。

8月19日起,全新BMW 5系Li全部车型宣布加入BMW金融超惠贷款升级计划:只需首付30%,即可享受央行基准利率85折的优惠贷款方案。该方案专为贷款购车车主设计,以“低利率、低月供”的贷款方式为其提供实际优惠。

目前,BMW汽车金融服务已经在北京、上海、广州、沈阳和重庆等地的经销商处开始试点运作。金融公司提供的服务内容包括为BMW经销商新车、试乘试驾车提供单车融资金融产品。零售金融服务为BMW经销商所销售的车辆提供标准零售贷款、弹性贷款以及尊选二手车贷款产品。对那些需要专属、灵活的金融解决方案的高端客户来说，这些服务极具价值。

熟悉BMW的业内人士认为,汽车金融服务将融入BMW在中国市场发展的各个角落,其所有的产品都将致力于为BMW客户解决车辆拥有的成本问题。这在BMW对中国市场和客户的长期承诺中起到关键性作用进一步拉近产品与相应客户群体之间的距离。

在全球范围内,BMW金融不仅是一个成功的盈利单位，也为维系客户的忠诚度作出重大贡献，为BMW的持续增长提供强有力支持。在中国，BMW的竞争对手奥迪和奔驰已经提前开展了金融业务,很显然,在将这种定点式的服务体系引入中国,BMW的竞争实力将进一步增强。

有了正确的营销政策、有了出色的产品、有了雄厚的资金支持,BMW在中国还需要不断加速其销售网路的建设。

3月15日,北京海淀区西北旺的百旺绿谷汽车园，北京宝诚汽车销售服务有限公司举行了隆重的开业典礼，成为北京的第6家BMW授权经销商。这一举措标志着BMW在北京地区的网络拓展和服务体系得到进一步加强，充分显示了BMW对中国高档车细分市场的信心。

“今年北京已经新增加了两家BMW经销商,其发展速度正在赶上奥迪和奔驰在北京地区的布网速度。”市场专业人士表示。

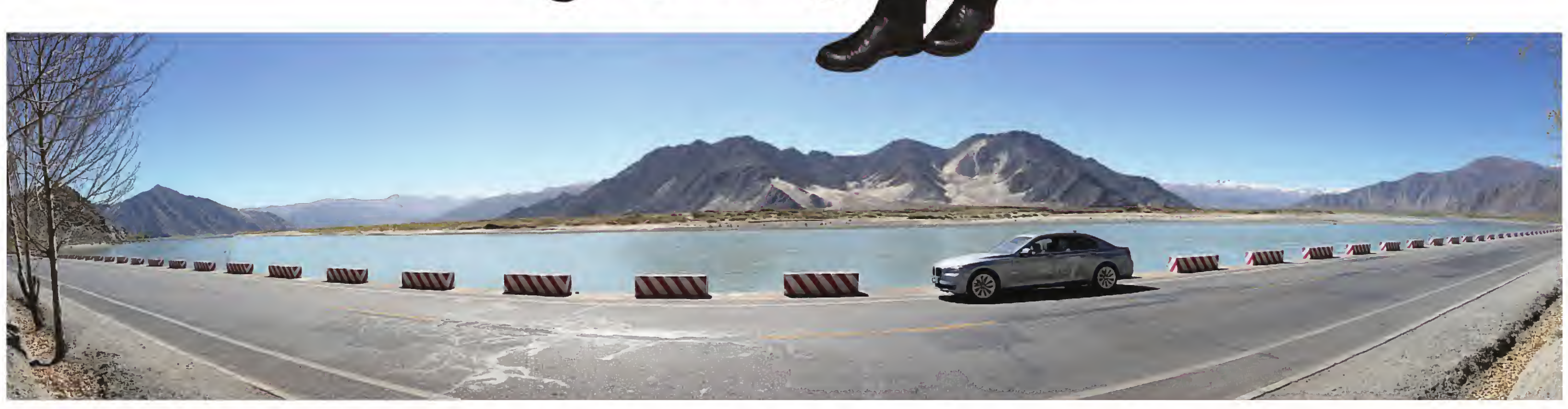
截至2009年底,BMW在中国已经拥有150家授权经销商。而在2010年,这个数字已经变成接近180家经销网点。BMW正在通过快速增加销售网点,有效扩大销售网络,覆盖更多城市。

不但是北京、上海、广州这些一线城市,BMW未来的规划已经下探至中国的二、三线城市。

“事实上,仅从覆盖面来看,BMW已经覆盖了100%的一、二线城市以及90%的二、三线城市。当然,这也要看我们如何来定义二、三线市场。据我们了解，中国拥有300万人口的城市有300多个，我们将努力把销售网络铺设到更多城市。”许智俊对未来中国市场的把握信心十足。

有专家预测,2011年中国豪华车市场整体规模超过100万辆。BMW、奔驰和奥迪作为中国市场排名前三位的豪华车企业，凭借雄厚的实力以及快速的销售网络发展计划将占据其中60%的市场。

今年3月,BMW制定了大幅提升盈利的计划,11月3日，宝马汽车股份公司公布了其第三财政季度的业绩报告，报告称，该公司当季净盈8.74亿欧元,约合12亿美元,远远超过了上年同期获得的7800万美元。“盈利的增长主要得益于亚洲地区的销售增长,特别是在中国。”





BMW 扎根情感

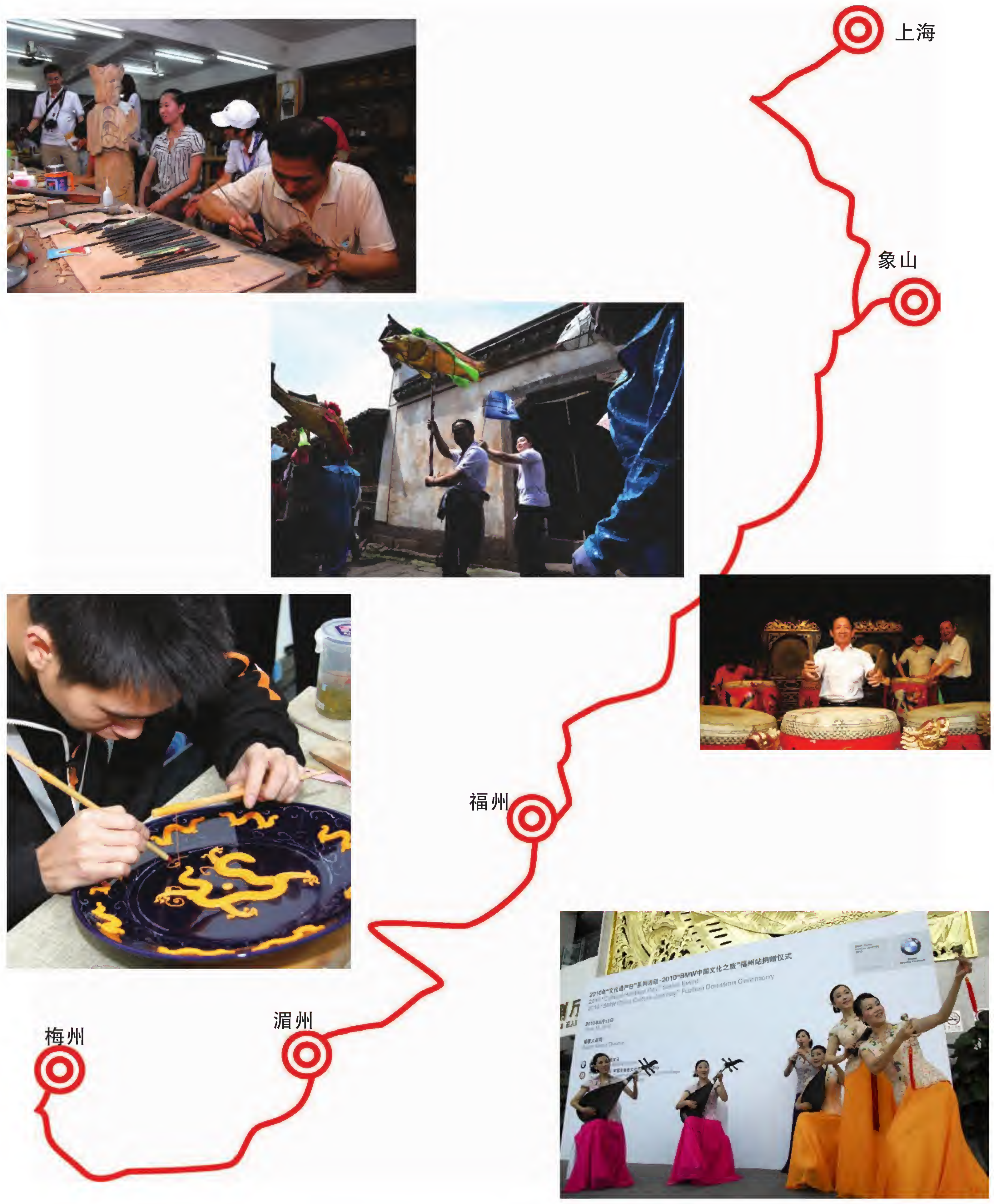
王超 /文

企业社会责任已成为衡量其对社会全面贡献的标尺。对于洋品牌来讲，如何真正融入中国社会，获得不同阶层人士的认同，是一门学问。一个特别的现象是，前几年，BMW 品牌美誉度的增长，无法跟其销量的快速增长“同步”，而前者的“落后”与技术、品质无关，更多是意识层面上的问题。

在中国，BMW 的品牌形象曾“备受争议”，这并非是 BMW 在品牌宣传上犯了什么错误，相反，BMW 作为高档轿车技术先锋的形象从未改变过。但当媒体将极少数 BMW 车主的“社会新闻”充分放大时，缺少品牌关爱宣传的 BMW 自然成了“众矢之的”，高傲、蛮横也几乎成为 BMW 车主的“群体特征”。

宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科博士近一年来所做的一切工作，都是为了扭转 BMW 在中国消费者心中“主观感知”的品牌形象。毫无疑问，这是一项复杂且充满挑战的工作，但是由于事关 BMW 在中国市场的未来，这又是一项不得不尽快落实的战略性任务。

让史登科博士感到欣慰的是，BMW 近年来在中国倾注大量精力参与并发起的多项大规模的社会公益事业，的确取得了非常不错的社会反响，曾经被消费者“误读”的 BMW 品牌，也因此得以重塑，而 BMW 作为高档车品牌与其目标客户群也越来越亲近。



爱心传递

“我带你去北京，去看天安门，好吗？”

“阿姨，我不想去了……我能用去北京的钱给爷爷看病吗？”

这是发生在 BMW 车主邝慧敏与 BMW 爱心基金小伙伴黄怡之间的一段对话。作为该基金的长期志愿者，邝慧敏跟随 BMW 去过不少贫困山区，她清楚地记得，山区里的孩子对首都是多么向往，以至于每当她向孩子们许愿时，都会收获到开心的笑脸。这一次，带着爱心成就感走遍山区的邝慧敏，却被一个 13 岁女孩简单的话语感动得流泪。她终于明白，山区里的孩子真正需要的是什么。

这个故事以黄怡的爷爷受到 BMW 车主资助，病情渐渐好转，黄怡也如愿去了北京作为结局。邝慧敏在事后感慨，与单纯的捐款、资助学业相比，对山区孩子进行生活的引导和心灵的关爱才是最重要的。从小就离开父母，与爷爷奶奶相依为命的黄怡，不可能去一次大城市就变得坚强，相反，大城市与其生活环境差距悬殊的对比，可能会让她变得自卑，为山区孩子树立正确的价值观和生活的信心，才是志愿者们的义务。

两年来跟随 BMW 前往各个贫困地区支援的 BMW 车主曾俐认为，物质固然重要，但是用平等的态度对待孩子，用自己的人生经验和感悟让孩子们树立自信心，比直接的物质帮助效果要好得多。“毕竟志愿者只能改变孩子们及他们家庭一时的困境；但一个人的眼界开了、心态变了，也就有可能改变人生。”

“行有道，爱无界”是 BMW 在中国的公益口号。其中的“道”，既是道路的意思，也有道理、道义的含义在内。在史登科博士看来，BMW 爱心基金就是一个企业社会责任的平台，通过持续不断地帮扶和援助，在改善灾区孩子学业环境的前提下，重在改善他们的人生观和精神面貌。

大爱无界也非一人能为，社会责任非一事而足。史登科博士认为，BMW 爱心基金是一个庞大的“工程”，放在社会慈善的大环境下，BMW 可能只做了千万分之一，但他深谙中国的一句老话——“勿以善小而不为”，关键是如何身体力行地坚持下去。

在 BMW 的爱心组织里有一个叫袁唯的大学生，他并不是 BMW 车主，而是“BMW 爱心基金”曾经的捐助对象。2008 年高考前夕，袁唯在四川德阳的家在地震中成为一片废墟，BMW 爱心基金资助她成功踏进了大学。今年大二暑假，袁唯第一时间获悉 BMW“爱心支教”活动的信息，于是和其他 12 个大学生，前往四川平武县坝子中学支教。

BMW 大学生爱心社就是由多个像袁唯这样，曾经受过 BMW 资助的贫困大学生组织的社团，他们通常会利用寒暑假到山村里去支教，由于自己就来自于贫困地区，很容易感同身受。



目前，很多企业资助大学生的目的很单纯，在获得社会慈善认可的同时，也希望大学生毕业后用所学回报企业，这也是企业“定向捐助”广为流行的原因；而像 BMW 这样，通过资助行为，感召大学生主动回报社会的做法并不多见。

在袁唯看来，BMW 大学生爱心社体现了一种关爱的传递：“有困难的时候，别人伸出一只手来帮助你，你可以握住它，让这种爱的暖流在你的身体里面流动；你也可以将它散发出来，轻轻松开你这只手，把你的余温传给更多的人，这样就形成了一个传递的过程。当越来越多的人加入进来，就会汇成一个爱的海洋。”

情感扎根

在 BMW 中国的官方网站上，为 BMW 爱心基金构建了一个非常醒目的入口。点击进入，一段话跃入眼帘：50 元，就可以为孩子送上一个篮球，或一套儿童玩具；360 元，一天一元钱，就可以让学生有 20 多本好书可读；1200 元，每月 100 元可以支持一个贫困高中生一年的学杂费；5000 元，可以解决一个优秀贫困大学生一年的生活费……

对于一个 BMW 车主来说，一年资助 5000 元甚至更多并不是问题。“爱需要用行动证明！”的口号以及字里行间充满爱心的宣传语句，对车主的感召无疑是潜移默化的。毋庸置疑的是，BMW 希望借用自己强大的品牌号召力，将爱心传递进行一场“全民普及”。

而曾经被舆论“偏见”包围的 BMW 车主，也将借这一机会平反。这是 BMW 进行品牌回归的一大策略，它试图用广泛的事迹来证明，BMW 车主中愿意投身公益事业，并为之付诸终身的人，比其他品牌多得多。

> 从整个社会的视角来看，这已不单单是一个企业的公益行为，BMW 正在以海纳百川的姿态吸收着社会各界对弱势群体的关爱

在 BMW 发给车主的爱心笔记中有这样一段话：“无论富足还是贫乏，显贵或者卑微，对于许多孩子来说，成长是万般宠爱，而对于有些孩子来说，成长是惶恐无助，他们渴望一种呵护，并非一时冲动，而是默默长久；他们企盼一种情感，并非出于恩赐，而可以平等分享。”

受助者真正需要什么？其实很多乐善好施的人并不了解。最初，很多 BMW 车主只是因为自己有时间，带着猎奇的心理跟随 BMW 团队深入贫困山区，除了慷慨捐赠之外，不知道自己要做什么。

在 BMW 支援四川地震灾区的活动中，企业试图通过车主与灾区孩子的零距离接触，来消除之间的隔阂感，没有了身份、地位和年龄的差距，这场帮扶行动就变成了一场亲情的交流，孩子们渐渐把志愿者当成了亲人，而车主们在备受感动的同时，也明白了慈善事业的真正意义。

BMW 爱心基金的“点亮希望”心灵陪伴行动，旨在号召车主实地探访贫困山区，并在无法到访的时候，通过书信、电话交流等手段，对灾区孩子予以关爱。一句话，不能只出钱不出力，需要亲力亲为，还要持续帮扶，甚至要将这种“一对一”、“一对多”的关爱当做自己的责任和义务。

至此，BMW 的社会公益形态已从简单的资金援助、号召车主进行实地帮扶，跃升到关注弱势人群生存环境，展开全民公益事业的高级阶段。从整个社会的视角来看，这已不单单是一个企业的公益行为，BMW 正在以海纳百川的姿态吸收着社会各界对弱势群体的关爱，由此形成的庞大的志愿者队伍更是超出了 BMW 车主、BMW 品牌爱好者的范畴，而是延伸到了社会各个阶层。

“不可否认，文化推广活动是推动品牌本土化发展的最佳途径。BMW 每年在中国的社会公益性投资都要在千万以上，我们要体现的是，BMW 是一个具有强烈社会责任感的汽车企业。”史登科博士明白，这是 BMW 在中国“情感扎根”的必要举措，相比其他高档车品牌，此前一再被各种负面社会舆论“纠缠”的 BMW，如果要获得“正名”就不得不为此付出更多努力。

公益之外

对于讲述极个别 BMW 车主“劣迹”的报道，史登科博士同样时有所闻，他认为，这是阻碍 BMW 在中国长远发展的硬伤。当然，BMW 在前些年“名声不好”并非是媒体“过度放大”的错，BMW 自己也在反思，在极力宣传自己作为高档轿车品牌独一无二特征的时候，是不是忽略了更广泛人群的感受。

2007 年，BMW 在内部建立了专门的团队，并聘请了专业的顾问公司，就 BMW 品牌形象的改善进行了一系列规划。其中一项重要议题是，确立 BMW 在华进行持续不断的社会责任活动，让其变成一个有情感的品牌。

史登科博士说：“在我们所处的时代，汽车与人、与社会之间的关系已与 10 年前大不相同。作为高档品牌，BMW 必须考虑到汽车与社会、环境的关系，以及客户在将来会如何看待豪华和责任。”

经过调查和研究，BMW 负责社会责任的团队决定在文化促进、教育支持、环境保护和企业文化建设四大领域扎兵布阵。其中最广为人知的有旨在保护非物质文化遗产的“BMW 中国文化之旅”，提升少儿安全意识的“BMW 儿童交通安全训练营”，以及由 BMW 车主充当志愿者的“BMW 爱心基金”。

“BMW 爱心基金”的成立源于 2008 年的汶川地震后。当年 6 月，BMW 中国和华晨宝马捐资 1000 万元作为启动资金，携手中华慈善总会设立了 BMW 爱心基金。该基金汇聚了来自 BMW 员工、经销商、车主以及社会各界的爱心人士，旨在提供一个汇聚爱心的平台，将众人的支持源源不断输送到灾区。同时，BMW 也投入相当的财力、物力和人力，主要为灾区的教育和文化重建做些有意义的事情，截至今年，该基金已接受总捐款超过 1500 万元。

为了使基金用到实处，BMW 特别设立了教师奖助、学生资助、实物捐助和心灵陪伴四大项目，通过向地震和偏远地区优秀教师提供资金奖助和培训，对贫困地区成绩优秀但家庭贫寒的优秀高中毕业生提供资金支持，以及将志愿者与需要帮助的青少年进行一对一的爱心“大伙伴”结对，来体现其公益效果。

“BMW 所有的社会公益活动都是从战略层面考虑的，会长期坚持做下去，这样才能让社会对 BMW 有更深的认识，也让 BMW 有一个了解中国、扎根中国的机会。”在史登科博士看来，品牌建设对于任何品牌来讲都是一个长期的工作，如果只是出于短期考虑，一味谋求短期效益，肯定会失去这个市场。

今年 11 月，BMW 与中国奥委会正式签约，成为中国奥委会在未来 6 年内的独家汽车合作伙伴。作为 2012 年伦敦奥组委的汽车合作伙伴，BMW 正在部署实施一项在全球范围内支持奥林匹克运动的策略。与往届奥运会的汽车赞助商不同，BMW 集团提供的车辆将全部采用 BMW 高效动力(BMW EfficientDynamics)技术，其中还包括纯电动车 MINI E。

因此，BMW 将社会公益事业纳入战略框架是十分必要的，这既是企业社会责任的体现，也是保护品牌不受负面信息侵蚀的重要保护措施，更是一个百年企业极力丰富品牌内涵的体现。“除了不断谋求自身的发展，始终肩负着呵护未来的责任，才能让人信服它确实正遵循着可持续发展之道。”史登科博士如是说。



BMW 中国的 NO.1 计划 一颗持续超越的心



史登科
宝马集团大中华区
总裁兼首席执行官

“老史”来信

亲爱的读者:

中国在 2010 年成为了全球最大、增长最强劲的汽车市场。展望未来，这里也许是汽车业发展的分水岭。

一些正在发展的趋势明确无误地表明，世界汽车业的重心正在转向中国。

中国正进入一个消费爆炸式增长的时代，不仅规模增长，而且不断升级换代，这就是为什么这里是很多豪华品牌旗舰车型的最大市场的原因。这种趋势还远未结束，中国消费者对汽车、特别是豪华车的需求将持续高速增长。

特别值得注意的一个现象是，中国用户的偏好和中国市场的独特需求正越来越多的被传导到国际品牌的总部，越来越多的品牌开始推出专门针对中国市场的车型和设计。可以预见，将来会有更多的中国元素被输入全球的品牌。

当然，这些只是硬币的一面。另外的一面是：随着几乎所有主流品牌都已登陆中国同场竞技，竞争将会变得前所未有地激烈。

在未来的市场上，我们会看到全方位的竞争：产品、价格、市场策略、服务、销售网络、物流体系，等等。还有投资，各大巨头会加码在中国的投入，在这个最大的新兴市场放手一搏。

但在这些之上，终级意义上的竞争将是品牌的竞争。

我们看到，中国是 BMW 7 系 12 缸最大市场，这就是品牌的力量。客户选择的最大原因不光是优异的马力和扭矩数字，还有对品牌由衷的喜爱。

随着中国消费者喜好的升级和市场选择的多样化，保持品牌的吸引力对取得市场成功至为重要。而打造有吸引力的品牌关键在于内涵。要有好的产品，好的技术，好的设计，这些是品牌的价值基础。

更重要的，是要有独辟蹊径的创造性，能够一直领先于人。在这方面，BMW 和许多优秀的品牌一样，不遗余力的追求领先，开发出诸如高效动力这样很多的先进技术，创造出 X 系列这样开创性的车型。

正是这种不遗余力对领先的追逐，才能积淀出一个品牌的精神内核，和其他的元素一起使客户对这个品牌产生强烈的情感共鸣，甚至是刻骨铭心的喜爱。

一个有生命力的品牌背后必然有一个伟大的团队。正是因为聚合了无数人的智慧和努力，汽车工业才能够历经百年不断前行，诞生出若干卓越的品牌。

具体到 BMW 在中国的发展，也正是基于我们团队的不懈努力。我们的团队非常年轻，非常本地化，也非常有激情。正是这样一支团队，推动着 BMW 在中国的事业不断向前。

我一直有一个目标，就是把 BMW 在中国打造成最受尊敬的公司之一。这很难仅仅以销售额或盈利水平衡量，而重在做事情的态度，是否真诚服务客户，是否坚持目标，坚守自己的理念。这才是衡量事业成功与否的终极标准。

展望中国汽车市场，可以说天时、地利、人和兼具。会有激烈竞争，但也一定会精彩纷呈。能够融入这个不断前行的时代潮流之中，不亦悦乎？

Stanik

沈欣 /文

在中国 BMW 有诸多战略，但对于未来，只有一个，那就是持续的本土化战略。

2010 年，全新的品牌理念“BMW 之悦”在中国取得了空前的接受度。作为本土化的受益者，BMW 的多项中国新政都将在今后两年延续发力。品牌战略将继续深化，更多为中国定制的新产品将出炉，而高效动力战略也将快速推进。

但着眼未来，BMW 的野心也不是没有的。虽然 BMW 并没有发布针对中国未来的五年规划，但业界清楚，经过 2010 年的全面收获，宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科博士的目标不可能仍局限于两位数的销量增长上。

“对高档车而言，7-10 年是一个周期，我们要看更远，我相信在下一个周期高档车市场格局会有很大的变化。”

在业界看来，史登科博士所说的“格局变化”就是 BMW 在中国豪华车市场的登顶。他已经不止一次地表达过，“BMW 将在最短的时间内完成对奥迪的超越”，而这个目标最合理的实现时间应该是在 2012 年。

按照史登科博士的理论，BMW2002 年正式投资在中国建厂的时候，中国在 BMW 的全球市场中排名第十七位；2010 年，中国上升为 BMW 全球第三大市场；而经过 10 年一个周期的磨炼之后，2012 年，BMW 在中国豪车市场形成突破是水到渠成的。届时，华晨宝马第二工厂建成投产，BMW 的市场份额有望迎来历史性的突破。而在 BMW 的慕尼黑总部，BMW 中国的待遇也必将再度提升。

2012 年是中国农历上的龙年，龙在中国的传统文化中象征着权势、高贵、尊荣，而且龙又是幸运和成功的标志。当生于 1954 年属马的史登科博士带领着他的“坐骑”来到 2012 年的时候，或许这种和谐能够真正成就一种龙马精神的状态。

更多新品入华

在史登科博士的眼中，尽管中国已经超越英国成为全球第三大 BMW 汽车消费市场，尽管 BMW 在与老对手奔驰的竞争中仍然保持领先，但这仅仅是中国市场完成全面超越的开始。

史登科博士的雄心首先源于中国市场对于豪华车消费的持续增长。

曾经有海外媒体评论说，从中国汽车市场丝毫看不出经济危机的任何迹象，无论是中国本土出产的自主品牌轿车，还是合资车型，或是不远万里从德国、美国通过海运出口到中国的汽车，这个市场无不张开双臂，统统予以接纳。

而中国的豪华车市场尤其被誉为全球典范，市场规模从 2002 年的年销售 5 万辆上升到 2009 年的 45 万辆左右。中国在全球豪华车市场的份额也从 2002 年的 0.9% 上升至 2009 年的 7.9%，位列全球豪华车市场第四名。预计 2010 年，中国豪华车市场将接近 80 万辆的规模。

从品牌的市场占有率来看，BMW、奔驰和奥迪几乎把持了中国市场 70%左右的市场份额，而三大品牌的竞争激烈程度也随着国内车市的火爆水涨船高。

从 2011 款 MINI 和 BMW 3 系的上市前后就可以看出，除了展示全系车型之外，MINI 的售价再次进行了调整，最低价格已经从 24.9 万元下降至 22.5 万元，BMW 希望 MINI 这样的个性化车型可以向大众普及，拉开与竞争对手 Smart、奥迪 A3、奔驰 A 的距离。同时，在 2011 款 BMW 3 系还未进入 4S 店开始销售的时候，北京乃至全国的媒体就已经得到了 BMW 经销商对 2011 款 3 系大幅度让利的消息，并且开始从德国本土直接进口 BMW 3 系来保证中国市场的供应。

分析人士指出，在登顶中国的诱惑下，豪车三君子的竞争将在今后两年内达到顶峰。

格局变化的最大变数就是 BMW 的快速扩张。对于中国何时成为 BMW 全球最大市场，史登科博士总是很谦虚地表示，如果中国市场一直高速发展，未来中国可能成为最大的市场。但对于 BMW 何时在中国超越奥迪的问题，史登科博士却在公开场合不止一次地表示，这是迟早的事，BMW 将在最短的时间内实现超越。

除了市场基础，史登科博士争冠中国市场的另一个筹码是已经开始建设的在华第二工厂。

这家将在 2012 年建成的 BMW 在华第二工厂将根据世界级工厂整体规划，建冲压、焊装、涂装和总装等四大工艺，并建设发动机厂及大型物流中心、大型车辆检测中心等附属设施，初期的产能将为 10 万辆。加之华晨宝马一工厂的生产线改造、产能提升建设，预计到 2011 年初，BMW 的在华产量就可由原来的 44 万辆提升至 75 万辆。所以在能够想象的 2012 年，BMW 将至少能够收获国产化 175 万辆的规模。

“对于宝马全球以及华晨宝马来说，我们有一个自己的理论，就是生产要跟随着市场需求来走，也就是说我们要变成一个比较灵活的公司，能够应对各种市场不同时期不同发展。”上任不久的华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官康思远对 BMW 的中国战略已成竹在胸。

> 要让中国市场成就 BMW 全球 NO.1 的市场伟业，需要在品牌、产品、经销商网络以及服务方面全面开启提速

今年 3 月的日内瓦车展上，BMW 集团董事长诺伯特·雷瑟夫出乎意料地提前公布了中国市场未来 3 年的产品规划。其中，“BMW X1 将在沈阳制造”的明确表态意味着 BMW 将加入快速升温的高档 A 级车的竞争阵营中。

此外，已投产的全新 BMW 5 系 Li（于 2010 年 8 月 5 日上市）以及 2011 款 BMW3 系(于 2010 年 11 月 8 日上市)也将会在新工厂生产。

而作为占领中国市场的法宝，“加长战略”将在今后几年中被 BMW 继续强化。除了全新 BMW 5 系 Li 和只在中国引入的 BMW7 系加长版，未来 BMW3 系也会进行专门针对中国用户的加长版本设计，并在 2012 年华晨 BMW 第二新工厂投产。

而这种对中国市场的专属订制也影响到了 BMW 在全球范围内的车型战略。按照目前国产 BMW 与进口 BMW1:1 的销售比率，2012 年 BMW 在中国市场的销量将很可能达到 30 万辆，这对于在 2012 年谋求全球产销 180 万辆的 BMW 来说是相当重要的一枚棋子。

“到目前为止 BMW 在中国的发展非常成功，我们将更加努力地继续延续和扩大这个成功。我们要坚持自己的道路，只要我们的品牌保持强大，我们就有机会每年取得一些进步。”史登科博士已经下决心在中国稳扎稳打。

提升中国战略

“对我来说，数字不是最重要的，我更看重质量方面。”这句话最常出现在史登科博士语录中。要让中国市场成就 BMW 全球 NO.1 的市场伟业，需要在品牌、产品、经销商网络以及服务方面全面开启提速。将更多的产品导入中国市场、更多地倾听中国消费者的声音、加速本土化生产战略、令其品牌价值更加年轻、贴近中国，这都将是未来决胜的关键。

而所有这些成为 NO.1 的素质，BMW 早在几年前就开始启动了。BMW 在中国发布了很多战略，但某种程度上，BMW 在中国只有一个战略，那就是持续的本土化战略。

“生产紧跟着市场，就是关注市场的需求，关注客户的习惯，这些都直接影响市场的设计和营销。”史登科博士说。

在过去 7 年时间里，BMW 已经在中国累计生产约 20 万辆 BMW 汽车，其中包括专门针对中国客户的需求开发的 BMW 5 系 Li。这些在中国本土生产的 BMW，毫无例外地全部达到 BMW 全球统一的高质量标准。

随着产能和产品本土化的加快，BMW 的渠道升级规划也在酝酿中。其未来的网络规划已经下探至中国的二、三线城市。BMW 中国汽车销售有限公司总裁许智俊表示，中国二、三线城市将成为 BMW 非常重要的市场。

此外，BMW 也正在将最先进的汽车技术应用到现在及将来为中国市场服务的车型中。

在 2011 款 BMW3 系的发布会上，BMW 宣布为了市场发展引入适合中国客户需求的新产品已经成为集团上下的共识，华晨宝马将把最新技术应用于既有产品和未来的新产品上，全面引进 BMW 高效动力技术(BMW Efficient Dynamics)。

同时 BMW 也已经确定将在 2013 年推出第一款纯电动的量产车型，而在 2010 年，BMW 已经将 50 台纯电动 MINI E 引入中国进行实路测试。作为 MINI E 项目的重要合作伙伴，中国汽车技术研究中心和国家电网也共同参与，和 BMW 签订了合作协议，前者承担 MINI E 项目准备、实施和测试评估，后者在充电设施建设以及相关的基础设施研究课题中提供全面支持。

2011 年，BMW 另一款纯电动车 ActiveE 也将开始在中国的路试。ActiveE 概念车是以 BMW 1 系双门轿跑车为原型的全电动车。它是一辆适合日常使用的电动车。

同时，一个颇让人感到期待的项目是，ActiveE 与 MINI E 试验驾驶得出的经验将用在 BMW “超大城市汽车”电动车研发项目上。2013 年，“超大城市汽车”将作为 BMW 的一个子品牌进入市场，推出 BMW 的第一款量产电动车。

中国已经成为 BMW 全球第三大市场，未来对中国市场的投入也会大大加强。相信明年汽车销售会有一个比较显著的增长。

更多业内人士评价，BMW 在中国的成功缘于 BMW 一直在信守对中国的承诺，包括“为中国市场带来独具魅力的新产品”的承诺；让环境净化的承诺；让品牌形象更具社会责任的承诺。而这种承诺也将使其在“全球第一战略市场”中的地位越来越重要。



迎接微众时代

亲爱的读者:

我最近一直在思考的一个问题——怎样在变中求变。

也可以说,是《经济观察报》的这个年末特刊触发了我的思索。我一直很关注高端财经类媒体,它们一直是以最前端、最敏感、最专注的触角,去探索对国计民生产生重大影响的事情。同时,它们也在不断变化、调整。这个《国家意愿的私人读本》,就是一个很新的角度,我的理解,这个角度不是所谓的精英视角,而是一个微众时代来临的标志。我没说大众,因为微众时代,是一个更加关注个体的时代。我想,媒体是要通过我们的声音,来倾听微众的声音,并且促使大家都来了解中国的经济,了解中国的未来。

中国的风电行业,起步晚,发展快,已经取得了不错的行业成绩。风能作为一种可再生的清洁能源,越来越被全球各国重视。可以说,从清洁、无污染角度看,风能在整个生产周期中的各个环节都是清洁、无污染的,是最纯粹的清洁能源。在所有的清洁能源中,风能价格是最接近传统能源的,是可以大规模应用的新能源,目前在全球范围内的应用也已经证明了这点,现在北美以及欧洲各国,风能都是新能源中应用规模最大、范围最广的新能源。中国风能资源比较丰富,新疆、内蒙、甘肃、宁夏、东北的吉林、黑龙江、河北、山东、江苏、上海、福建、浙江、海口等地都属于风资源比较好的地区,如果从地图上看,恰好成一个"7"字形排列。但是,风电行业对于大多数普通的中国人来说还是陌生而遥远的。因为在中国,风力发电占全部发电量连1%都不到,现阶段我们使用的电主要还是来自传统能源。其实,随着风电技术的不断成熟,风电的应用领域会不断扩大,不断渗透到越来越多人的日常生活中。医院、学校、工厂、高速公路、轨道交通等等与我们的生活息息相关的地方都有可能使用上风电。

这个就是我前面说过的微众时代的概念。风电在传统上是一个能源领域的概念,面对的客户,也都是以国家、行业、企业等形象出现的。但当剥离掉那些数字、成绩的光环,我看到的是一个一个具体的人。每天,当我和熟悉的同事一起工作,当我和陌生人在不同场合擦肩而过,我会想,所有这些人,他们的现在或者未来,都将和风电密不可分。华锐在短短的几年里创造了行业的发展奇迹,在此要感谢和我一起奋斗的同事们,他们聪明实干、敬业奉献,用发展证明实力,用发展为中国的风电行业争取世界机会,用发展为中国的老百姓奉献更加清洁、健康的明天。而那些与我素不相识的陌生人,未来,他们的生活也一定会和我所在的这个行业有所交集。预计到2020年,中国风力发电将占到整体发电量的6%以上,这就意味着,将有越来越多的人会使用到这种清洁、低廉的可持续能源。因此,风电实际上是一个关系到千家万户的产业,是一个带来经济、社会和环境效益的产业。我们关注宏观的产业发展,而每个人、每个家庭的幸福感,构成了一个社会、一个时代的幸福感,微众的支持与依赖,正是宏观发展上不可或缺的有力支撑。我们要感谢这个时代,是这个伟大的时代给了人们实现人生价值的机会。作为一个个体,我深切体会到了变化。

所有这些人,他们的现在或者未来,都将和风电密不可分

华锐风电自2004年成立,现已发展到中国第一、全球第三的行业地位。未来,我们制定了更高的目标。因此,我和同事们感觉压力很大。我们处在一个高速发展的时代,中国在短短几十年经历了国外上百年才完成的历史进程。对个人而言,这是难得的机会,对企业而言,在大跨步发展的同时,我们需要关注经验的积累和沉淀。古人讲非宁静无以致远,个人需要修身养性,企业的发展更应如此。从管理到生产以及营销,样样都需要沉淀,在保持高速发展的同时,一定要多思多想,多自省。无论是作为一个微众,还是作为企业管理者,都要不断变换观察的角度,看到变化,发现危机。世界风电行业的NO.1离我们还有多远,我想这个距离不仅仅是企业规模、市场价格等硬数据,还有很重要的软实力,例如科技创新和企业文化的建设等。这完全取决于我们站得有多稳,站得有多高,看得有多远!NO.1,不是一个终点,对华锐风电,这仅是一个新的开始。

在我这封信快要写完的时候,有人推荐了一个视频短片给我,相信很多人都看过了,现在网络上很红的《老男孩》。和很多人一样,在最后的歌声中我非常感动。对于一个人,青春易逝,生命苦短,当我们回首过去黄金般的岁月,难免感慨日月蹉跎;对于一个企业,可以说现在的华锐风电是一个富有青春朝气的青年,未来前景无限。对企业的发展来说,很多机会稍纵即逝,不容蹉跎。华锐风电将会继续迈着坚实沉稳的步伐,锐意进取,努力创造中国风电及世界风电的黄金岁月。作为华锐的一员,我们将于企业一同成长,共同进步。

陶刚



陶刚
华锐风电科技股份有限公司副总裁



苏孝世
杜邦公司全球副总裁兼大中国区总裁

努力应对变化中的世界需求

亲爱的读者:

到2010年,我在杜邦整整工作了30年。也就是在这一年的9月,我就任杜邦大中国区总裁,此前我负责杜邦中国的销售和市场营销。在公司工作的30年,我绝大多数时间都是从事两岸三地的业务发展。

世界正在转型当中,动力来自于人口增长。全球目前有68亿人口,预计到2050年将超过90亿。随着人口的增加和人们对生活品质的要求,人们需要更多更健康的食物、可替代能源资源、更有效的安全及防护。

杜邦正努力协助应对变化中的世界需求。杜邦80%的研发资源用于寻求可持续的解决方案,来服务这些发展大趋势。

我们注意到中国的四大发展趋势,为杜邦发挥自身优势提供了机遇:一是对食品供应和粮食安全的持续需求;二是重视提高产业和整个社会的环境表现;三是"和谐社会"建设,让更多的地区和民众享受发展的福祉;四是应对社会人口结构变化,满足对劳动力素质和人才培养的需要。

基于此,在未来10年乃至更长的时期,杜邦在中国的工作重心将主要集中在:第一,推广和发展先进的农业技术,满足中国对提高农业生产力和农民收入的需要;

第二,发展先进的生物科学、环境技术和能源解决方案,回应市场对环境保护和多元化能源结构的需要;

第三,推进适合广大农村地区、东北、中部和西部地区经济社会发展所需的民生、能源、电子、通讯等方面的材料和技术;

第四,提供向高附加值、高科技和知识密集型产业转型所需的先进技术和高性能材料,以及提升生产设施和人员安全水平的防护科学技能及产品。

中国不再是一个新兴市场,而是一个蕴含着巨大发展机遇的成长市场,尤其是对杜邦所涉及的业务领域而言,机遇无限。

中国不再是一个新兴市场,而是一个蕴含着巨大发展机遇的成长市场

近年来,杜邦中国的业绩保持着每年两位数的增长。未来10年,杜邦将保持这种增长势头,并会取得跨越式的进步,让杜邦中国区业务在整个杜邦全球发展版图中占据更为重要的地位。

大约是三年之前,杜邦制订了一个整合的杜邦中国发展策略。其核心就是"整合"。我们要构建更强大的公司整体实力,在人员发展、组织架构、管理流程、市场开发、研发创新等方面建立协作流程,推进业务发展,同时更好地服务中国社会的需要。

过去的三年里,在市场拓展方面,我们看到了通过采取共用流程或产品组合间的协作所取得的成果。仅举一例,我们在国内的光伏太阳能业务在三年间的增长超过100%,就得益于跨业务的协作。

发展策略明确了,即使在市场动荡期,决策也有章可循。2008-2009年的经济危机中,在应对市场困难、实现短期经营目标的同时,我们也能关注长期发展,按照可持续发展的目标来谋划我们在中国的未来。

因此,在市场条件最困难的阶段,对于一些策略性投资,例如深圳的薄膜光伏太阳能生产设施和计划在山东东营的钛白粉生产项目,我们没有任何的动摇,因为它们事关我们在中国的长远发展、事关我们对这一市场的承诺。

跨国公司在中国的健康发展,得益于中国鼓励投资的政策和环境。未来10年乃至更长的时间,我们期待中国在制订政策时继续互利共赢的开放战略,鼓励各种经济和社会力量创新、合作,鼓励跨国公司在中国建设创新型国家的进程中发挥作用。

站在又一个10年的门槛,谁也无法准确预料未来10年到底会发生什么。但有一点我很肯定,那就是:未来10年,政府-企业-公众间的合作将大行其道。因为,人类所面临的共同挑战是如此的严峻,没有哪一个政府或企业或个人能独力而为之,唯有合作是出路;未来10年,科技将继续突飞猛进。因为,政府-企业-公众间的合作将促进创新,而科技是人类应对共同挑战的利器。

苏孝世

莱蒙国际 引领城市未来

——以品质建筑构造品位生活

在深圳,与万科、中海、招商、华侨城等地产商相比,莱蒙国际集团是个地地道道的"隐形大佬",在媒体上和网上能搜索到的资料不多,即便是开发了"水榭系列"这样深圳房产榜样式产品的莱蒙国际下属公司深圳水榭花都房地产有限公司,也同样保持着低调稳健的个性。在近年来,国内一些代表性的房地产企业大兴"减法"战略,而有着十七年集团发展史,八年国内房地产市场经历的莱蒙国际,在时代的历练中坚持地产加商业的"加法"发展。站在"成年"的节点上,莱蒙国际在市场的眼中已经是一个最可靠的高端住宅品牌;而面向未来,力铸全国最优城市综合体的开发运营商,将是莱蒙国际未来的重点发展方向。



莱蒙·水榭春天

"莱蒙加法"布局全国

1993年,莱蒙国际在香港成立,主要业务包括房地产开发、城市综合体开发与运营和商业零售。17年间,它以"立足香港、融合国际、投资中国"的理念,已经迅速发展成为一家跨区域、跨行业的综合性港资企业。目前在深圳、北京、上海、天津、杭州等中心城市拥有全资及控股企业20余家。

秉承"品质建筑、品位生活"的企业理念,本着"立足香港、融合国际、投资中国"的发展战略,莱蒙国际凭借近15年中港两地的地产开发及商业运营经验,用实际行动深耕品牌魅力,至诚至信地不断为客户、员工、社会、股东创新价值。向"力铸中国最优的城市综合体开发与运营商"的战略目标进发。目前,莱蒙国际已形成了立足香港、深圳,辐射珠三角、长三角及环渤海区域的大格局。

今年是莱蒙集团的品牌发力之年。在这一年,莱蒙国际集团首次上榜"中国房地产百强企业",并荣获"2010中国房地产百强企业百强之星"称号。莱蒙集团的上榜,既是对既往企业发展业绩的肯定,同时也对集团的持续壮大与品牌发展也是一种促进和激励。

而在11月,莱蒙国际集团再次传出喜讯,荣获"2010中国蓝筹地产最具投资价值企业"大奖。始于2004年的"中国蓝筹地产"评选,是地产企业含金量最高的榜单之一。显然,在莱蒙集团由区域性开发商向全国开发商逐步转变的过程中,其雄厚的实力与强劲的发展潜力,已经被社会各界洞察。

高端住宅与城市综合体双轮驱动

莱蒙国际主要业务涉及房地产开发、城市综合体运营和零售百货三大事业群。在高端住宅开发领域,莱蒙国际取得了非凡成绩,打造了以深圳"水榭花都"为代表的"水榭"系列城市中高端住宅品牌。先后在北京开发了莱蒙湖别墅区,名都园别墅区;在深圳开发了莱蒙·水榭花都、莱蒙·水榭山、莱蒙·水榭春天等区域标杆项目。而在都市综合体的开拓中,莱蒙在江苏常州、四川成都、浙江杭州等地,都有多个大型高端项目正在筹备和建设之中。

起初,莱蒙国际以豪宅开发者的姿态进入市场视线。进入成立的第17个年头,莱蒙国际在走向全国的过程中,对产品路线开始有了清晰的定位:城市精品豪宅与城市综合体路线的双管齐下。这将在今后的很长时间内,决定莱蒙国际的企业拓展之路。

在全国范围内,近年来,"力铸中国最优的城市综合体开发与运营商",成为了莱蒙国际新的规划蓝图。在这样的使命下,莱蒙集团在近年来更多地推进房地产与城市综合体的开发运营。江苏常州的莱蒙项目、成都武侯区的莱蒙置地广场,都是其中的代表。目前莱蒙国际在龙岗中心城亦有城市综合体项目。

投资价值缔造企业品牌

从水榭花都起,莱蒙国际旗下产品,已经成为深圳豪宅的代表作。而水榭产品的另一个为人们所津津乐道的特点,就是其绝高的投资价值。

以"水榭"系列为代表的城市精品豪宅,尽管数量不大,但却以其精致的产品、高端的定位,以及其高回报、高成长性的产品特质,为莱蒙国际打造出一个响亮的企业品牌。

始于2002年的水榭花都,奠定了香蜜湖作为豪宅片区的基础。自面市以来,水榭花都就一直是深圳豪宅的标杆项目,价格也一路上涨,近几年在二手市场更是呈现出后劲十足的涨价势头。而在水榭山,莱蒙集团继续将打造高端精品的水准发挥到极致,在龙华新城核心位置的水榭山纯别墅,入市两年来,在深圳高端住宅市场上缔造了一个个销售奇迹,其价值也在逐渐被市场发掘。2010年,莱蒙国际推出水榭春天,在调控的大环境下,该楼盘则一路顶着"销售冠军"的光环,引起市场的阵阵惊叹。项目不仅雄踞上半年深圳楼盘成交龙虎榜冠军,而第三季度中,水榭春天也再次蝉联销售冠军,是深圳楼市今年最耀眼的明星楼盘。

基于"水榭"系列在深圳地产界的以往业绩,莱蒙国际已经成为业界有口皆碑的"投资价值创造者"。

国际化的运营理念和团队

与众多国际品牌企业的合作,使莱蒙国际具有国际化的运营理念和团队。莱蒙国际集团与中国华润集团、中国航空工业集团及深圳农产品股份有限公司等大型企业组建合资公司长期深度合作。同时与英国思嘉伯国际集团、福塞斯商务中心建立长期的战略股东联盟。其中,思嘉伯集团是英国知名地产集团,业务遍及美国及欧洲多个国家,主要进行房地产开发、地产基金管理、投资等。而福塞斯商务中心成立于1991年,是英国思嘉伯房地产集团公司的子公司,是英国历史最悠久的服务式办公室运营商之一,在英国享有盛名。

另外,莱蒙国际是中国商业地产品牌开发商之一,与世界最大的酒店管理集团洲际酒店集团、辉盛国际管理有限公司、世界五百强前列沃尔玛集团等跨国巨头建立了战略合作伙伴关系,在购物中心等商业配套建设上有着丰富的经验。同时,在零售百货领域,莱蒙国际集团有限公司与深圳中航集团、天虹商场管理层共同持有"天虹商场股份有限公司"。天虹商场为深圳市和广东省销售额最高、商场数量最多的连锁百货企业之一。

依托着"水榭"豪宅系列、都市综合体系列与零售百货的三驾马车,最近三年,莱蒙国际总资产一直保持持续增长的势头,企业规模实力和盈利水平跃上新的发展台阶。今年,莱蒙国际更是延续了去年的良好势头。可以预见,随着莱蒙国际在多个城市中项目的开花结果,它将在此后的数年内,迅速崛起为国内地产界一支重要的品牌力量。



莱蒙·都会常州项目

萊蒙國際
TOPSPRING

世界是碎的



张瑞敏
海尔集团首席执行官

亲爱的全球海尔用户:

当您读到这封信的时候，新世纪的第一个10年已倏然成过往。我们一起站在一个新的年代的门口，憧憬美好的未来。但美好的未来不会在睡梦中不期而至，她需要我们从未来看今天，从今天起按未来的趋势创造美好的未来。

互联网的迅猛发展如此彻底地改变着我们的生活和工作,进而改变着我们的思想和观念。每个人都变成了一个互联网的终端，拥有自己的网络空间、社交空间和精神空间。在这个空间里，每个人都是自己这个世界的中心,有多少人就会有多少个小小的世界。

世界变“碎”了。碎了的世界光怪陆离,气象万千。众多志趣相投的“微世界”们通过网络穿越时空,联结在一起,成为数量众多的“小世界”。

海尔创业26年已经发展成全球白色家电第一品牌，我们的用户数以亿计,遍布全球100多个国家。我们之间未曾谋面,你们之间也互不相识。那是因为,过去企业把产品卖给用户,是单向的交易。现在这种局面可以改变了,您可以通过网络社区提前参与到海尔的产品设计中来,获得专属于您的服务方案。可以说,如果没有互联网,海尔的用户虽以亿计，但却是一个模糊的整体。在网络时代,每一个用户都是个性化的存在,甚至您每一时刻的体验都会成为我们关注的焦点。在网络的世界里,海尔和您没有距离;在网络的世界里,我们之间的合作纽带永远在线。

在变“碎”了的未来世界,海尔也应是“碎”的。她将不再是一个个冷冰冰的工厂，也不再是一台台冷冰冰的产品,而是与网络世界融为一体的一个个自主经营体。每一个自主经营体都是一个自主决策的小的海尔,潜心捕捉您的个性化的需求,第一时间为您送上最有竞争力的解决方案。不论您是在现实的城市、乡村,还是在虚拟的网络空间里,不论您有什么个性化的需求,一个个“小海尔”都会为您提供专供的美好家居生活解决方案。我认为,未来每个企业的CEO的成功,并不在于你的企业为社会制造了多少产品,而是在于你制造了多少CEO;在于是否打造了一个让每位员工实现自身价值的平台,让企业实现永续经营。有位外国记者问我:“西方企业家对股东、客户和员工的排序是股东利益至上,你们的态度是什么?”我说:首先员工和客户是一个利益共同体,员工在为客户创造需求和价值的同时,也在体现着自身的价值。而且股东的利益也就体现在其中了。

世界是“碎”的。但科技的发展和文明的进步会让人们彼此更加需要团结互助,更加促进民主平等

未来是碎的世界,未来更是美的世界。环保意识深入人心、低碳科技日新月异。信息技术的发展不断为企业提供新的发展机遇,下一个非常重要的机遇是物联网时代的到来。海尔U-home本身就体现了这种前景,利用物联网技术实现物物相联、人机对话。那时的世界,人网合一,物我两忘。行在外,家就在你身边;居于家,世界就在你眼前。这样看似科幻的生活很快就会成为我们的现实。

世界是“碎”的。但科技的发展和文明的进步会让人们彼此更加需要团结互助,更加促进民主平等。我们愿和您一起努力!

张瑞敏

商道中孕育着伟大企业

亲爱的读者:

即将过去的2010年,是中国经济逆境腾飞的一年，每位中国人都怀有深深的感触和眷恋。我们经历了国际金融危机带来的低迷和愈加恶劣的国际政治和经济气候的冲击，我们在困难与挑战中用智慧与拼搏证明了中国价值的存在！经济上的富裕来自于中国人的勤奋和不顾一切的效率，中国经济的崛起在令人羡慕的同时也让有些人恐惧，尽管我们对外不断地发出自信且盼望和谐、可持续发展的强音。

在为逆境中不断提升的中国竞争力和国家形象骄傲的同时，我们也必须看到，支撑靓丽成绩单的背后，包含着青岛啤酒在内的许许多多中国品牌的坚强与不懈的努力。即将过去的一年，我们在坚守好品质的基础上、积极拓展市场、提升品牌、放大责任,以实质性的利好促进了青岛啤酒在资本市场上的优秀表现，实现了商业客户和社会客户的价值最大化。我们为致力转型的中国经济赢得荣耀与尊敬，从某种程度上说，代表着中国品牌的青岛啤酒，即是这个复杂年份中勤奋、向上、突破、效率的缩影。

当然,即使这样,我们都应冷静看待过去一年，甚至综合看待30余年所取得的成就。尽管中国的抗压能力和渐进式的富裕有目共睹,但也必须看到,中国的积累与财富体现了中国人固有的勤劳品质和不顾一切的追求效率,但远未达到既富又贵的高度,富而不贵的现象仍很普遍。

中国的积累与财富体现了中国人固有的勤劳品质和不顾一切的追求效率，但远未达到既富又贵的高度

富可以是一个数字，但贵则关乎尊严和受尊敬。什么是真正的贵?那是一种境界，一份责任，一种担当,是对于社会持久的关注与付出,以富的能力转化出来的一种效能,这才是贵。

在我看来，中国制造虽然遍地开花，但至少在整体上还没有开出令世界敬重和羡慕的富贵牡丹花。



金志国
青岛啤酒股份有限公司董事长

优秀的品格来自于良好的信誉，良好的信誉来自于产品和服务的品质。做品质最好的产品、成为有信誉的品牌和不断扩张的社会责任是中国制造的贵族指标。而这一指标的实现,就是要依靠目标、市场、品牌、资源、运营、管理、文化等系统力的综合作用,这一基本、根本的底蕴支撑来实现。

我从小在海边长大,自小就有一个船长梦。在长时间的审视汹涌大洋和艰苦磨砺中,我一直期待和期望青岛啤酒这艘航船,能够在不断构筑企业系统力大厦,在持续的整合与扩张中,带头成为一艘能够把握经济趋势、引领行业变迁、创造资本流入、积极奉献责任,能够抵御风险、具有国际竞争优势的伟大公司。

即将敲响的新年钟声和随之而来的“十二五”大转型提示我们,在这样一个新的历史节点上，作为企业家,更应审时度势,在及时跟踪世界潮流的同时，追求新商业文明和现代社会责任，牢牢掌握科学发展和可持续发展的脉搏。

而对于青岛啤酒而言，再出发意味着更加的精益求精、意味着以全球市场为目标的更加深入的品质和品牌再造、意味着需从更长远视角构筑企业的“七层系统大厦”、意味着需全方位加大和加快全产业链条的整合、调整与转型,同时也意味着一个致力于国际化的大公司更需优化结构，智慧地集合和运用更多的全球资源,当然,也意味着需要履行和担纲更多的社会责任。

洞察世界成功大公司的成长机理不难发现，在其一个个享誉世界的产品背后，它们所创造的坚实组织、制度、文化、责任的力量,不仅创造了一个个富可敌国的商业帝国,还在于,这些力量,深深感染和影响着它们的国家。

青岛啤酒更大的责任，也在于此。

带着憧憬的心情和理性的目光踏上新的旅程,我以为,在转型大趋势中顺势成就能够比肩世界的参天大树,还有一点很重要,就是应从学习借鉴中思考和破解企业商道的机理和路径。

你能够尊重多少人，就有多少人尊重你,你能爱多少人,你就有多高的高度;你能对多少人负责,就有多少人对你负责,这是宽度;你能帮多少人赚钱,就有多少人帮你赚钱,这是能力。为商之人要敬天爱人,要修身、修心、常怀“仁义”,方能在三维商道乐途中逐步走向成功，并在创造新的商业文明中享受生活。

这既是我和青岛啤酒的再出发意愿,将责任做大,将境界做强,让中国经济更受尊敬，也是我和青啤团队对中国制造所憧憬的结果。

我断言,2011年的新年钟声注定敲响社会责任的节律和新商业文明的音符。

金志国

专题

“大厂”路径:融入北京的模式选择

对于“010区”内13个县市而言,机会接踵而来。先是河北省提出要建设“环首都经济圈”,接着是北京城市病的集中爆发导致北京市不得不在“十二五”规划中强调“治堵”和“挤人”的重要性。

不管是河北还是北京的规划,建设环北京的卫星城以引导产业和人口的流动成为大势所趋。这意味着,在京津冀都市圈内,新的城市发展规划将给“010区”内的13个县市带来多重利好。但这13个县市如何融入北京呢?

模式的选择无疑是一个问题。作为13个县市中的一员,地处北京CBD仅30公里的河北大厂回族自治县的“融京”故事,或许能带来一些启发。从2007年开始,大厂县已经召开了四届大厂发展论坛，每一次的论坛都是大厂“融京”过程的一次思想碰撞。

“睡城”“空城”不是选项

其实,说起河北县市的融京,很多人都会想到燕郊。与大厂同处于河北廊坊市的燕郊属于三河市。因为上世纪80年代初一些中央单位的入驻,而逐渐发展成为“北京的编外郊县”,甚至被称为“不是北京的北京”。

燕郊的出名完全是地产商出于卖房需求而炒作的。在打造“北京后花园”的口号之下,燕郊逐渐成为北京人置业的选择之一。从北京市区到燕郊,并没有地产商宣传的那样方便快捷。“偏远”其实依然是很多燕郊人的真实感受。

但这并不妨碍越来越多在北京工作的人士将房产安置在了燕郊。只是,这种人口的迅速膨胀，让燕郊迎来了自己的困境期。上班高峰期几百人争挤930路公交车的视频重新成为网络上的点击率之王。交通配套等问题开始成为燕郊地产商的心病。

缺乏足够的产业支撑，只一味地扩大房地产的发展导致出现了“在北京工作,在燕郊居住”的“睡城”现象。但类似燕郊这样的“睡城”,在北京的卫星城中还有通州、天通苑、回龙观等。这显然并非北京规划的多中心、卫星城发展的初衷。

同样的,只有产业,没有人口疏解功能的居住区的卫星城，也不是一个良性发展的卫星城，比如亦庄开发区和顺义区的空港园区，这些卫星城通常被称为“空城”。

单纯地承接北京的产业或者单纯地疏解北京的人口，这都不会是大厂的融京路径选项。

“融入北京,决定于大厂的区位特征,也是大厂产业发育的天然条件。”四年前的第一届大厂发展论坛上,大厂县长杨连华如是做着开场白。如今,四年过去了，大厂人在这一年一度的发展论坛中探索着融京路径的“大厂模式”。

何谓“大厂模式”?随着北京和河北省的规划出台，大厂已经站在了巨人的肩膀上。大厂既要做北京产业转移的承接地，也要做北京疏解人口的落脚点。而规划中包括大厂的“京东新城”,就是这样一个有产业又有人气的安居乐业的环北京卫星城。

过去的四年,从北京CBD东扩到通州新城规划的出台，再到现如今北京“十二五”规划中“治堵”和“挤人”方案的出台，大厂县每一次都紧跟北京步伐，力求做到与北京的发展规划同步，并寻求为北京产业转移和人口疏解做出贡献。

正如北京城市规划设计院顾问总规划师柯焕章在大厂发展论坛上所说:“这个环首都圈中的十几个城市,大厂所处的区位有其独到的优势条件，东部新城对于今后北京一些功能的疏导,产业的转移,人口的疏导,都会起到一定的作用。”

如何选择先导产业

不做“睡城”,也不做“空城”,但以产业为先导却是任何“融京”路径都不可回避的问题。只是,选择什么样的产业和如何选择产业，才是发展模式选择过程中的难题。以燕郊为代表的房地产业作为先导显然已经不合适。

11月18日,“新能源 新动力 新发展——第四届大厂发展论坛”在北京JW万豪酒店举行。这一届的论坛



将目光对准了新能源产业。主要探讨京东新能源产业结构及发展趋势,产业优化升级和新能源产业等话题。

在这次论坛上,与会专家提出,作为“十二五”规划的重要内容,战略性新兴产业规划涵盖了新能源汽车、节能环保、新一代信息技术、生物、高端装备制造、新能源、新材料七大产业,为中国下一轮经济增长提供了新的发展力。

在这些业内专家看来，被誉为有可能实现“弯道超越”的新能源汽车产业,更是面临黄金发展期。由于处于同一起跑线，对于面临产业结构优化升级的区域经济而言，这将是一次难得的实现产业跨越的窗口。

事实上，河北首批省级产业聚集区——大厂潮白河工业区已率先启动新能源产业规划，大厂中华汽车城已正式启动,首批签约企业也已入住。在未来五年内，该产业园将形成以性能源汽车整车、零部件、电池、设备等为主的一条完整产业链，从而形成在技术、生产、检测、实验等各方面领军的国家级新能源电动车产业园区，产值将超百亿。

大力发展新能源产业,已经成为抢占发展先机的关键。大厂回族自治县人民政府县长杨连华称,新能源产业作为战略性新兴产业,凭借清洁环保,可持续利用的独有优势,代表着未来能源的发展方向,对于缓解能源需求与供给矛盾，保护和改善环境,促进经济可持续发展具有重大而深远的意义。

作为环渤海的重心和亮点的京津“双核城市”，正在如火如荼的建设和发展之中。而介于双核结合部的大厂确确实实地迎来了新一轮的大发展机遇期，经过数年探索的大厂人在此时此刻提出新能源的主题则让人有些意想不到。

“拥有非常独特的区位和条件的大厂，能高瞻远瞩选择这么一个主题是非常难得的。因为新能源是中国未来一段时期应对工业化和城镇化快速推进的一条非常重要的路径。”发改委国土开发与区域经济研究所所长助理高国力说。

从北京和天津的发展过程来看,此前的三十年之中更多是集聚效应,大量人员,产业,资金是往北京和天津集聚。未来三十年扩散效应将成为京津冀地区的趋势和导向。如今大厂后发先至,走在了前面,提前为承接京津做好了准备。

生产、生活、生态合一

在环首都经济圈的13县市中,大厂提出了环首都角色扮演的“大厂路径”:坚持生产、生活、生态合一。这其实也是河北省副省长赵勇提出的产业和城市发展双轮驱动的“环首都经济圈”高新产业带的本意。

赵勇表示，北京现已面临人口压力、交通拥堵、生态环境等方面的难题,河北将通过打造环首都经济圈,承接首都的“溢出”效应。他称,环首都的新城生活品质一定要高于北京，才能够形成吸引效应。

四年论坛,沧桑变换。四年间,大厂至少从理念上完成了发展三级跳,从京津冀经济圈的后发地带，变成了引领地区。事实上,倡导新能源并不是说说而已，大厂潮白河开发区的核心区设计方面已经开始了节能减排的低碳之旅。

负责核心区设计工作的英国汉米敦建筑设计公司董事总经理徐石称,整个计划以生态环保为标准来决定我们核心区域的开发规模和开发强度,以及可持续性。如此说来,“大厂模式”早已不是纸上谈兵。

“大家知道新能源是一个开源的方式，节流也是环保非常重要的环节。”徐石说:“第一是城市功能健全。第二,城市功能发展规模适当,第三,要做到土地集约利用的有效性。不但为现在城市发展定位有一个很好的规划,土地的利用,同时也为我们未来大厂的产业转型和城市升级保留宝贵的土地资源和自然资源。”

关于城市空间的利用，徐石说,“周边有很多地区已经开始搞房地产,搞新城开发，但是真正把新能源新产业结合到新城开发的是大厂的优势,希望大家生活在公园里，工作在花园中,打造北方水乡的城市。”

与此同时，我们惊喜的看到入住大厂的也有众多国际著名的新能源企业，森德暖通设备有限公司就是长期致力于节能减排的企业。对于选址大厂，公司副总经理孙立一表示这也是公司“节流”思想的明智选择。

四年前的首届大厂发展论坛上,县长杨连华还将大厂定位在后发地区,“产业发育，是后发地区面对的首要课题。大厂处在工业化中期的初级阶段,具有明显的后发特征。加速工业和产业资本的积累，是现阶段的主要任务。产业兴,则大厂兴。”

写在移动互联时代

亲爱的读者：

你们好！

2010年即将过去，相信大家都会记住这个特别的年份，记住精彩的2010年上海世博会。历届的世博会见证了历史上许多重大的改变了人类生活方式的科技发明：1853年，奥的斯电梯亮相纽约世博会，使今天的摩天大楼成为可能；1876年，电话首次在费城世博会展出，后来电话的发展超出了人们的想象；1893年，芝加哥世博会出现第一部电影、第一个摩天轮、第一个蛋筒冰淇淋……今年的上海世博会有哪些事物将载入史册还需要时间去评判，但2010年有一件事必将给人们的生活带来革命性的变化，这就是移动互联网的逐渐推广。

根据艾瑞咨询公布的数字，到2010年底，中国移动互联网用户规模将达到3.51亿，较2009年增长50.4%，到2012年将达到5.62亿。初次接触移动互联网的人，可能会首先尝试手机浏览器、手机即时通讯、手机门户、移动搜索，这些应用的用户需求较强，操作也简便。随着条件的成熟，更多的用户会开始使用手机阅读、社交网站、视频、无线音乐、网游、支付等业务，这些业务很多都处于市场发展的初期，具备巨大的空间。通过移动互联网，我们可以随时随地和朋友、家人、同事以至整个世界保持联系，我们的社交网络和我们所需要的信息都在手边；城市的变化日新月异，但手机总是能网帮你找到最in、最合你心意的餐馆；购物遇到心仪的物品先别忙下手，用手机拍个照片或扫下条形码，传到网上比较一下淘宝的价格再说……

2010年有一件事必将给人们的生活带来革命性的变化，这就是移动互联网的逐渐推广

谈到移动互联网，就必须要谈到智能手机。这倒不是因为我们做什么就吆喝什么，而是因为智能手机是移动互联网重要的终端，或者说是窗口。什么是智能手机？简单地说，就是这个手机要有大尺寸、高分辨率显示器，可靠的HTML浏览器，随时随地的无线宽带连接，丰富的多媒体功能和良好的音质。根据摩根士丹利预测，到2012年，全球一年的智能手机出货量将达到4亿部（这个数字在2009年不到2亿），超过PC（含笔记本电脑）。手机比电脑更便于携带，更便宜，也更普遍。随着智能手机的功能越发强大，它将在很大程度上取代包括笔记本电脑在内的个人电脑。摩托罗拉移动技术公司将不仅是一家手机公司，更是一家电脑公司。到目前为止，摩托罗拉在中国市场推出了18款Android智能手机，全面支持中国三大运营商和三种3G技术。

除了智能手机以外，无线网络的普及和无线应用的发展也使得移动互联网的推广成为可能。无线网络的普及大家有目共睹，而无线应用方面的创新几乎到了井喷的状态。比如我们在2010年初推出了摩托罗拉智件园，短短8个月的时间里，智件园的应用程序数量即达到1000个，下载数量突破了100万。

计算产品经历了从上世纪60年代的大型机、80年代的小型机、90年代的个人电脑到2000年后的桌面互联网的转变，今后的5到10年将是移动互联网的重要发展阶段。在互联网时代，得益于中国良好的科技基础教育和高等教育，丰富的人才资源以及愈加国际化的视野，国内涌现了大批优秀的互联网服务和公司。中国拥有手机的人口众多，人们普遍喜欢新颖的科技产品，加上本地优异的创新能力，我们有理由相信，中国会当之无愧地成为引领移动互联网浪潮的国家之一。



孟樸
摩托罗拉移动技术公司资深副总裁兼大中华区总裁

除了产业提供的机遇与挑战之外，2011年对于摩托罗拉公司来讲也是非常特殊的一年。摩托罗拉公司将正式分拆成两家公司独立运行，其中负责手机和家庭宽带业务的公司叫做摩托罗拉移动技术公司。摩托罗拉公司80余年的历史是一部创新的历史，而创新，不仅指技术产品的创新，也包括业务模式、管理思维的创新，更包括自我的创新。不管公司还是个人，敢于自我审视、自我调整、自我重塑都是难能可贵的。独立运行的摩托罗拉移动技术公司，将会更加高效、更加专注，充分把握移动互联网时代所带来的商机，也尽最大努力更好地服务于我们的用户。

在新的一年里，摩托罗拉公司将一如既往地坚定履行对中国的承诺，做一个优秀的企业公民，尽到自己的社会责任。

孟樸

中国医药需要创新



吴晓滨
辉瑞中国总经理

亲爱的读者：

时光飞逝，转眼之间21世纪的头10年就过去了。这10年间，我本人一直服务于医药行业，先后在拜耳、惠氏和现在的辉瑞中国就职。这让我有机会亲眼目睹了中国医疗卫生领域和医药行业所经历的巨大的变化和发展，也有幸参与到这个前所未有的进程中。

中国现在虽然已经成为全球重要的医药市场之一，但是在药物的创新方面还是相对落后的

改革开放30年来，中国发生了翻天覆地的变化，在世界历史上都是罕见的。随着医疗卫生产业的发展，中国的医药市场同样经历了高速的增长。10年前，当时中国在全球医药市场的排名还远在十名之外，而现在已经跃升到前五名，预计到2015年中国将成为全球仅次于美国的第二大医药市场。

然而，正像温家宝总理所指出的，中国社会的发展还面临着一系列不和谐的问题。其中如何减少贫富差距，让全体老百姓都能过上有尊严、有保障的生活是摆在我们面前的一个突出问题。而完善医疗保障的体系是维持社会稳定的重要因素。目前中国还有85%的人口没有得到完善的医疗保障，中国医疗卫生的开支在整个GDP中仅占5%，而美国是16%。

我希望在未来的10年里中国能加速医疗保障体系的建设和完善，让更多的老百姓享有充分的医疗保障。这样不仅能够促进二次分配，消除贫富差距，有利于社会的和谐稳定，还能让老百姓免除后顾之忧，更放心地消费，刺激经济的增长，形成良性循环。作为全球领先的生物制药企业，辉瑞希望在这个过程发挥积极的作用，通过和中国政府、医疗行业和社会各界的合作，推动中国医疗体系的发展和完善。

我还想展望未来中国创新药物的发展。中国现在虽然已经成为全球重要的医药市场之一，但是在药物的创新方面还是相对落后的。中国本土制药企业还是以生产仿制药为主。中国政府已经把鼓励创新作为国家未来发展的基本方针之一，医药领域的创新是其中一个重要的组成部分。而医药领域的创新不仅需要大量高素质的人才，更需要了解和熟悉国际水平的医药研发流程和方法。

辉瑞现在在中国已经建立了两家领先的研发中心，招聘了大量国内优秀的人才。作为辉瑞全球研发系统的重要组成部分，这两家研发中心完全按照国际水平的医药研发流程和方法参与到辉瑞未来创新药物的研发工作中。这两家研发中心将为中国培养出具有国际水平的医药研发人才。与此同时，辉瑞还在新药研发领域和国内许多科研机构和大专院校合作，希望借此帮助中国提高自主研发的能力和经验。

另外，以往跨国制药公司在药物的研发方面，往往着重于欧美常见的病种。而中国和亚洲的常见病种和欧美有所不同。随着亚洲经济和医药市场的发展，辉瑞等制药公司在药物研发、病种选择方面会越来越多地重视亚洲特有的病种，针对性地开发相关药物。

最后我还想谈谈对未来中国职业经理人发展的展望。作为一个职业经理人在跨国企业工作了近20年，我深深感受到中国职业经理人目前在全球的地位与中国经济在全球的地位严重不匹配，目前在亚太地区和全球担任管理工作的中国职业经理人还寥寥无几。这里有语言和文化上的原因，也有教育和观念的原因。我希望看到未来能有更多的中国职业经理人不仅在本土担任起重要的管理职务，也能够走出国门，参与国际市场人才的竞争，成为全球化的职业经理人。为此，我会尽最大努力去帮助我领导的中国职业经理人的发展。

展望未来10年，我希望中国的经济继续保持强劲的增长，社会更加和谐稳定，老百姓能享有更好的医疗服务和保障，中国在药物创新领域能崭露头角，中国的职业经理人能在国际舞台上发挥更大的作用。而我本人也希望能继续参与推动这些进程。

吴晓滨





个性化互联网时代



杨叙
英特尔中国区总裁

亲爱的读者：

21 世纪的第一个十年，是孕育变革的十年。站在下一个十年的起点上，中国正迈向创新的里程。更多的挑战和机遇并存。

作为有幸参与和见证了中国改革开放和经济腾飞的一代人，我们更多的要面对未来。对于中国未来的发展，我有很多的期待。未来十年，我期待中国教育变革更加深化，培养出更多的创新人才；我期待中国企业不仅做大，更能做强；我期待中国在社会创新领域迈出一大步；我还期待中国人民的生活方式更便捷、更智能。

就 IT 产业来说，仅在过去的一年中，就发生了很多事情，也有很多热门的话题——从国家政策层面，大家在谈物联网、三网融合、战略性新兴产业；从全球范围来看，业界热议着关于互联计算、云计算、iPad、智能手机、智能电视等话题。那么，到底整个 IT 产业现在处于一个怎样的状态？接下来的路该怎么走？面向下一个十年，IT 产业的创新、增长机会在哪儿？

我们正站在一个十字路口。这不光因为我们恰好处在两个十年的交替点上，在更深层次上是因为应用趋势和产业形态都正在发生变化。

让我们先谈谈互联网。互联网作为当今最重要的信息技术基础设施之一，在过去数十年中，为产业、经济和社会带来一次又一次的变革。而我相信，互联网所孕育的创新力量，将继续喷薄而出。

其实今天 IT 产业一切变化的根源，多与互联网的演变息息相关。第一代互联网的时候，不同的用户到共同的网站上获得同样的内容。到了第二代互联网，也就是 Web 2.0，有共同兴趣的人在一起形成网络社区，更多的分享、更多的参与性和互动性是主要特点。而现在，毫无疑问，我们进入了第三代互联网的时代。

我更愿意称之为个性化互联网。一个很明显的趋势，就是互联网越来越个性化——除 PC 之外，上网本、平板电脑、智能手机、智能电视、车载信息设备等多样化的个人体验终端，都已经具备了接入网络的能力，无处不在的互联网正在成为现实。

2010 年 iPad 走红是一个典型的例子——iPad 除了有强烈的视觉冲击、多点触控的界面、易用、便携性和长时间的电池，其数量庞大且能满足个性化需求的应用程序和内容，能让从几岁的小学生到退休后的老人，不同年龄段的人都能够喜欢它，都能找到各自感兴趣的东西来体验每个人喜欢 iPad 的理由可以不相同。这正是个性化互联网的一大特点，即最大程度满足个性化需求。

再谈谈 PC。我想这样解读今天的 PC。我认为今天 PC 的含义已经从个人电脑(Personal Computer)发展到了个人计算(Personal Computing)。2011 年我们即将迎来 PC 诞生 30 周年，电脑已经从当初的奢侈品变成了今天人们工作和生活的必需品。

毋庸置疑，电脑是以工作为主、体验为辅的通用设备，用它来创建内容、处理信息非常有效率。到目前为止，我还没有看到任何替代性的工具和设备，可与电脑媲美用于工作和创造内容。与此相对应，新兴的智能手机、平板电脑等个性化设备，是以享用内容、应用体验为主要用途，其绝佳体验效果更加彰显出个性化互联网的特征。

当我们展望个性化互联网时代，我们可以清晰地看到："创建内容"(content creation)和"享用内容"(content consumption)两种使用模式已泾渭分明。它们针对不同的用户需求，对设备的要求也不相同。如果我们把两种应用模式混为一谈、交融在一起，就不免产生迷惑乃至失望，不能以清醒的头脑去抓住产业的下一个创新机遇。

> ***用户个性化需求日益彰显，大家追求的是更自由的体验—不希望受到环境、空间、时间甚至设备的限制***

个性化互联网进一步发展，用户个性化需求日益彰显，大家追求的是更自由的体验——不希望受到环境、空间、时间甚至设备的限制。现在业界热门的话题——从互联计算、三网融合到云计算，其终极目的都是为了帮助用户实现"任何时间、任何地点、任何设备、个性化内容"的体验。这三个"任何"加上"个性化内容"，将从根本上改变 IT 公司提供产品、内容和服务的方式，从而带来产业形态和软、硬件创新模式天翻地覆的变化。

互联网个性化之后，真正加速演变的是 PC 之外的东西。IT 企业如何审视业务模式、价值链和产业格局的发展方向，应势而动？如何建立差异化竞争优势，创造新的成长？今天的洞察和思考，将是明天成功的基石。

在此，我们有必要将方兴未艾的个性化互联网产业，与进入成熟发展阶段的 PC 行业进行一下对比。因为电脑是非常标准化的技术平台，产业具有横向化扩展的特征。而个性化互联网将具有垂直整合的特征——从基础的硬件、操作系统平台，到搭载的软件、内容和服务，垂直整合的挑战很大。

即使是垂直整合，也有"从下而上"和"从上而下"两种路径。是先将体验效果设计到极致，再去创造基础、应用平台？还是先做出强大的软硬件平台，再去设计应用体验？前者容易让体验创新变成"空中楼阁"，后者则可能让应用创新滞后于平台创新。站在十字路口，IT 公司的垂直整合，要综合考量以上两种路径，为最终用户提供最佳设备平台和最个性化的体验。

进入个性化互联网时代，我们对中国充满了信心和期待。中国目前有 4.2 亿网民、6700 万台个人电脑、2600 万部智能手机、4100 万台彩电和 1700 万辆新车，一系列的数字表明，中国已经成为全球最重要的高科技市场。加上国家将三网融合、物联网、云计算等纳入了战略性新兴产业范畴，予以大力投资和强力推动，在个性化互联网新兴领域，中国将有机会引领下一波的创新潮流。

杨叙

中国：让我兴奋让我成就



濮利康
阿尔斯通中国总裁

亲爱的读者：

12 年前，我第一次来到中国，为阿尔斯通交通运输业务做一个地铁项目。那时我已经被中国广袤的地域、博大精深的文化和悠久丰富的历史所折服。这一切不仅深深震撼了我，并且引领我去探索这个未知的，但同时又在飞速前进着的文明古国。

从那以后，中国发生了日新月异的变化，进行了举世瞩目的大规模的基础设施投资，并整合了各项新技术，大力发展本地企业，同时参与到全球市场中。这些巨大的发展为阿尔斯通带来了前所未有的机遇，但同时也要求我们不断地去调整商业模式以便为这一巨大的发展提供最佳服务。

2010 年，我成为了阿尔斯通中国总裁并常驻北京，全面负责阿尔斯通在华的交通、电力和电网业务后，我更加置身其中。在担任阿尔斯通中国总裁的同时，我还兼任阿尔斯通交通业务亚太区总裁。

中国是阿尔斯通主要服务的市场，约 1 万名员工、超过 30 家实体遍布各地。同时是电力、电网业务和交通业务全球最大的市场。中国的本地企业现在具有了更强的实力，这同时也激励我们要更加积极地调整我们的制造基地：通过不断本地化，长期合作，调整产品组合，研发创新，以及给本地员工更多发展机会来实现。

阿尔斯通巨资投建的天津新厂，是一个全新的制造基地、一个 100%的绿色工厂，不仅实现了二氧化碳零排放，同时采用了最新的环保技术。例如，太阳能光伏供电、水冷却地热交换系统，并且年生产能力达到 30 台水轮机组。交通业务总裁菲利普·梅利耶先生计划 2011 年 2 月到中国来，加强阿尔斯通交通业务的拓展，并且推动阿尔斯通于 12 月 7 日与铁道部签署的合作协议。

从 2010 年 10 月到 11 月，阿尔斯通董事长兼首席执行官柏珂龙在短短的两个月中连续两次来到中国。第一次是在 10 月份中国召开十七届五中全会之时；第二次是在 12 月 7 日，与中国铁道部部长刘志军签署长期合作协议，张德江副总理出席了签约仪式。阿尔斯通和铁道部将加速在很多新领域的合作。将在既有的合作基础上(动车组和电力机车)，加快双方在铁路领域的新合作，其中包括机车车辆(城际车辆、高速列车、机车)及信号系统(用于城际和高速铁路)，不仅涉及中国市场，也包括了海外市场。

总而言之，这些一系列密集访问充分表明阿尔斯通的管理层对中国的高度重视。中国的基础设施市场还在持续发展，并且未来十年是快速增长期。这不仅会加速中国的城市化进程，并且符合中国政府积极倡导的清洁能源发展方向。在中国，超过 100 万居民的城市就有 230 多座，这些城市的发展需要大规模的交通网络和能源供应。同时中国政府非常重视环境保护，非常积极地采用新型绿色能源。阿尔斯通有充分的实力响应这些机遇：我们不仅在铁路运输方面有领先的技术，在电力传输，包括智能电网方面也具有卓越的解决方案。同时在发电领域拥有包括风能、太阳能和二氧化碳捕捉与封存方面的多项独特产品，为新电站和既有电站升级改造提供服务。

正如我刚刚提到的，我们有约 1 万名中国员工，分布于超过 30 家实体。更为重要的是我们和很多中国企业建立了良好深厚的合作伙伴关系。

所有的这一切充分证明，阿尔斯通已经深深地扎根于中国，有实力为我们的客户提供切合实际并反应迅速的服务。我坚信，阿尔斯通在中国的未来前途光明。在新的一年，我们将以更大的热情，和我们的合作伙伴创造新的业绩。

濮利康

从瑞尔齿科的牙齿美容开始您的圣诞 PARTY



圣诞节临近，您想在圣诞 PARTY 上让自己神采飞扬、魅力四射吗？

超级 PARTY 迷们还等什么？我们在注重面部美容护理和圣诞着装选购的同时，别忘记还要抓紧时间做做牙齿美容！现在就行动起来和我们一同打造属于您的自信灿烂的圣诞笑容吧！

从牙齿美容开始您的圣诞 PARTY

我们都希望拥有珍珠一样的白皙亮洁的牙齿以露出灿烂的笑容。而由于氟斑牙、四环素牙、牙齿排列不齐等缺陷常让我们感到烦恼和困惑，影响了我们与他人的沟通，其实，自信灿烂的笑容是可以获得的，牙齿美容修复方案能帮您改善您的牙齿面貌，实现您的梦想。

方案一：冷光美白

冷光美白技术是近年来国际上流行的牙齿美白技术，因其治疗时间短、美白效果明显等特点受到了公务繁忙的白领和所有爱美人士的青睐。它采用特殊的光源，来催化置于牙面的美白药物，使美白剂与牙齿深层的色素分子反应，恢复牙齿的自然光泽，让您在 60 分钟内实现美白愿望。

方案二：贴面

用贴面的方法来改善牙齿的颜色、形态是一种非常受患者欢迎的牙齿美容方法。它适用于轻中度牙齿变色，特别是伴有牙齿缺损或牙釉质发育不全，或轻度拥挤的情况；牙齿之间有间隙；牙齿外形不美观如牙齿过小过短。目前根据所采用材料的不同分为：树脂贴面和瓷贴面。

方案三：全瓷冠

近年来，全瓷冠（铸瓷冠、氧化锆全瓷冠）修复已经成为现代前牙美容修复的主要手段。其美学效果尤为突出，能够达到非常逼真的效果，被越来越多的演艺界明星、主持人等爱美人士所钟爱。全瓷冠修复可以提供美观自然，透明度好的修复效果。此外，还有与牙釉质相似的耐磨性能。

|AD



中国最受尊敬企业十年
10th Anniversary of The Most Respected Companies of China

中国最受尊敬企业十年

守义·创新·责任·持续·领先

自2001年创立之日起，“中国最受尊敬企业”评选活动一直致力于弘扬正确的企业价值观和方法论，从而推动企业和社会共同进步。

经过10年的实践和观察，我们发现，“中国最受尊敬企业”身上存在一些令其成为行业领导者及时代榜样的共性。所以，我们将以这新世纪的头十年为时间维度，深入审视、盘点整个“中国最受尊敬企业”群体，评选出“中国最受尊敬企业·十年成就奖”，进而挖掘出这些企业身上足以引领未来十年的共同基因，广播于世。

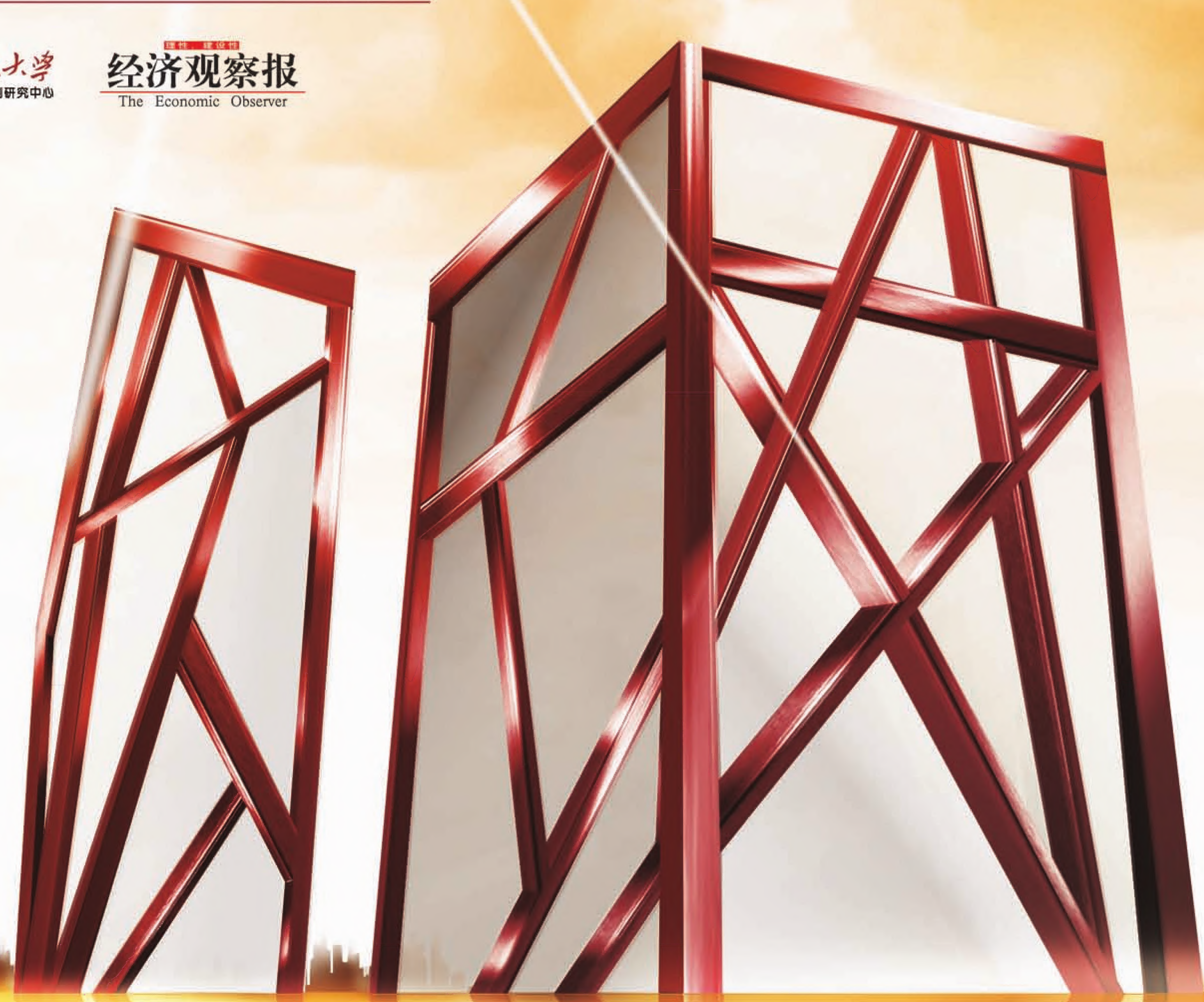
提名阶段自2010年8月下旬至10月下旬，经过100位各领域精英的提名，产生40家候选企业。“中国最受尊敬企业·十年成就奖”将通过专家评审团决议，于这40家企业之中产生，此外还将产生十年创新奖、十年进步奖、十年公益成就奖等单项奖。

谁能脱颖而出，请拭目以待。

“中国最受尊敬企业·十年成就奖”入围名单（按拼音排序）

阿里巴巴集团
北大方正集团公司
比亚迪股份有限公司
东风日产乘用车有限公司
凤凰卫视控股有限公司
广汽本田汽车有限公司
国际商业机器中国有限公司（IBM）
海尔集团公司
海信集团有限公司
华为技术有限公司
吉利控股集团有限公司
加多宝集团
可口可乐（中国）
李宁有限公司
联想集团有限公司
美的集团有限公司
南方报业传媒集团
奇瑞汽车有限公司
青岛啤酒股份有限公司
三星（中国）投资有限公司
上海通用汽车有限公司
苏宁电器股份有限公司
TCL集团股份有限公司
腾讯公司
通用电气（中国）有限公司
微软（中国）有限公司
万科企业股份有限公司
无锡尚德太阳能电力有限公司
西门子（中国）有限公司
新浪公司
招商银行
中国北京同仁堂（集团）有限责任公司
中国工商银行
中国民生银行
中国平安保险（中国）股份有限公司
中国移动通信集团公司
中海地产集团有限公司
中粮集团有限公司
中兴通讯股份有限公司
珠海格力电器股份有限公司

主办单位：北京大学管理案例研究中心 经济观察报 The Economic Observer

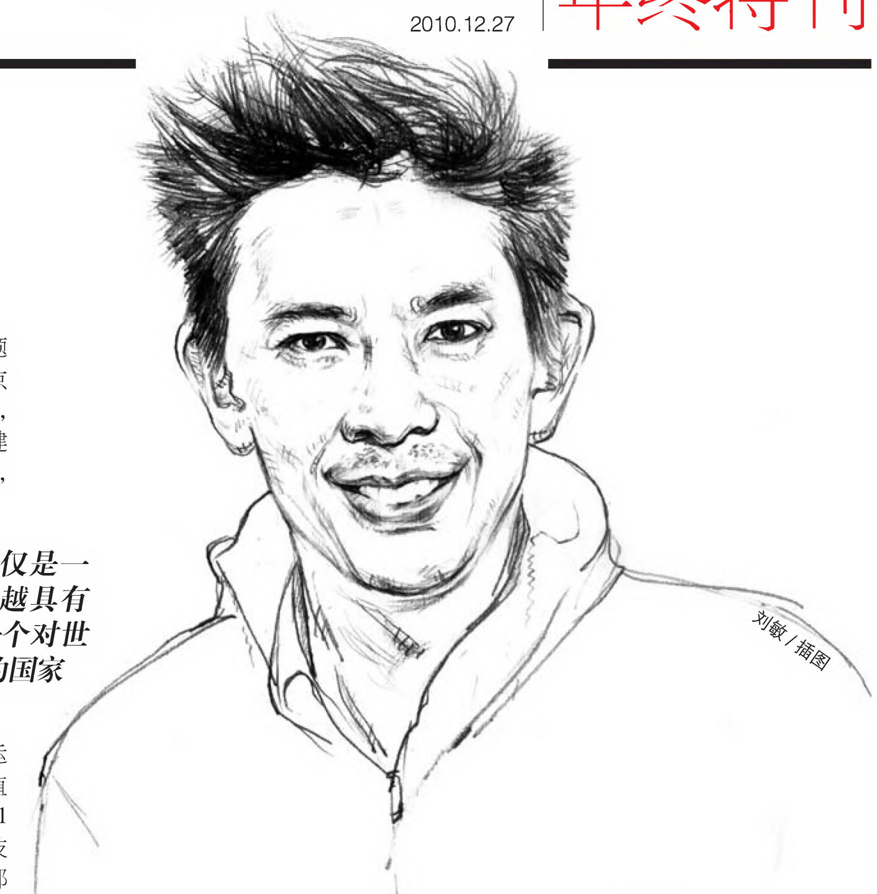


指定视觉设计：正邦 bang | 邦传媒 mediabang

中国最受尊敬企业十年评选组委会

联系人：赵阁宁 / 电话：010-64209022-1292 / 邮箱：zhaogening@eeo.com.cn

释放体育激情



高嘉礼
阿迪达斯大中华区 董事总经理

亲爱的读者：

随着2010年即将画上句号，中国已经开始描绘2011年的浓墨重彩。无论从哪个角度来看，2010年对于中国而言，都是一个绚烂的年度。在全球经济缓慢增长的背景下，中国经济异军突起，继续大幅增长，经济总值跃至全球第二，为全国人民提供了更多的机会。中国进一步巩固了其在世界舞台上的地位，并且由于上海世博会的成功举办，吸引了成百上千个国家齐聚中国。不仅如此，中国还不断突破数字科技领域的纪录，如高铁和超级计算机。

当然，体育产业和体育文化，在2010年也成果卓著——中国体育产业盈利增长20%左右，产值超过300亿美元。而其中的80%来源于体育用品的创收。很明显，随着全国人民收入的不断提高，人们开始寻找更新、更有趣的娱乐方式。同时，越来越多的民众开始将运动和健身视作生活的一个重要组成部分。广州亚运会的成功举办和世界杯在中国的热潮，让我们看到，中国对体育的热爱不仅仅是个人的参与，在中国新的后奥林匹克体育文化的诠释中，运动员和观众是同等重要的。

作为世界杯官方赞助商，阿迪达斯第一时间亲身感受到了中国对于此项赛事的热情。我们为世界杯打造的战靴、运动衣和足球在中国热销；消费者广泛参与我们主办的世界杯主题活动。中国对于世界杯的兴奋程度简直令人吃惊。更令人印象深刻的是中国在广州亚运会上的统领地位，不仅仅是因为它的主办国身份，更因为中国运动员捧回了199块金牌，使中国在第八届亚运会上位居奖牌排行榜榜首。今后，我们看到的将不仅是一个在世界体育赛事中越来越具有竞争力的国度，更是一个对世界体育赛事极为关注的国家。

对我个人而言，2010年是重要的一年——这是我从香港转移到大陆工作的第一年。展望未来，阿迪达斯在中国所拥有的机会和这个市场中更广阔的体育产业发展前景让我兴奋。

阿迪达斯正整装待发，逐步实现"通向2015"战略。随着更为时尚和高性能体育产品的开发及中国中小城市的发展，我们正在不断开拓新的商业区域。同时，我们也将通过阿迪达斯淘宝商城来推广我们的新产品。我们期待实现并不断加强我们对中国发展和中国人民健康的承诺。通过与各种团体的合作，比如"运动机会"和壹基金，阿迪达斯也将继续协助社会救助行动和社区发展：我们还会继续内部筹款，就像为今年北京马拉松以"Run for Love"为主题的内部慈善活动一样。我们与北京马拉松未来五年的伙伴合作关系，也将是一个很好的促进中国体育健身事业的机会。对于阿迪达斯而言，

今后我们看到的将不仅是一个在体育赛事中越来越具有竞争力的国度，更是一个对世界体育赛事极为关注的国家

"通向2015"战略为促进中国的运动生活方式及随之而来的积极价值开辟了一条新的道路。我希望，2011年，不论人们是为了健康还是竞技所带来的快感，真正的体育激情都会继续在中国激昂澎湃！

高嘉礼

我眼中的中国变迁



温天纳
招商证券（香港）投资银行董事总经理

亲爱的读者：

作为一名在中国投资银行界工作了近20年的人士，在我眼中，中国的社会及经济变化可谓一日千里。

2010年，中国市场急速变化，经济环境变化之快，政策一时之间也难以跟上，必须一路走，一路试。要准确预测10年、甚至是20年后中国的经济发展形势，殊非易事。虽然目前中国面临阻碍发展的问题，但不到20年后的2029年，中国就可能成为全球最大的经济体系。这一发展进程蕴藏着巨大的机遇。

我虽在香港出生，但投资银行事业的发展一直和内地紧扣在一起。2005年我获得两个特别的委任，一是成为中国人民大学的讲座教授，紧接着成为一家大型国有企业的董事局成员。这两项委任使我的视野可以突破传统投资银行的框框，中立地从学者和企业的角度去了解和分析不同的事情。

我第一次回到内地是在1980年，当年还是小学生的我陪同家人到广东省偏远的客家人山区探望祖母。当时记忆犹深，一过罗湖桥到达深圳，四围杂草丛生，颇为荒芜。然后长途跋涉，包车在黄尘飞扬凹凸不平的泥路上颠簸前进，好不容易才到达父亲的出生地。虽然山清水秀，但环境极为落后，国营经济和思维笼罩整个社会。

时隔两年后，1982年我和家人乘火车到北京旅游，先坐船到达广州。当时所见，广州已颇具规模，酒店内正举行联欢会，红男绿女十分新潮。我们乘搭的火车经过粤北、长沙、武汉、南昌、郑州、石家庄到达北京。沿途所见，繁华程度相差颇为悬殊。

从此，我就很留意中国内地的变化。1993年我再一次到北京，不过这次是处理内地第一批赴港上市的国企H股。我当时参与了第一家北京国企境外上市的项目。过去近17年的投资银行工作生涯，我到访过内地很多省市，会见过不少官商巨贾，也乐与各种人物交往，处理过众多不同类型的项目。期间有苦有乐，并结交和认识了不少朋友，了解到内地经济变化的趋势和行业的转变，还有一些特别的经济现象，这些都启发了我对未来投资趋势的思考。

上世纪90年代初我所接触的内地官员和企业老板，大多数是年纪稍长、衣着较为守旧的干部式官员。现在，我所接触的不少内地企业领导比我还年轻许多，谈吐举止国际化，变化非常惊人。这是我在刚接触中国融资项目时没有预料到的。

国际形势变幻莫测，昔日的弱国成为了当今的强国，中国崛起已成事实。有了硬实力撑腰，国情也出现了变化。不过，世界总是现实的，在经过金融海啸后，如何发展经济、保持竞争力，成为各国的重要国策议题。

无论是在2010年或是2011年，我们还是需要面对很多难题：如何处理资产泡沫、如何约束过剩的资金流动性等等，这些问题的确十分困难。资金的走势和投资市场的情绪对资本市场有着非常重要的影响，过去一年，把资本市场价格推高的是热钱。

热钱进入市场往往都是打着投资资金的旗号，冲向经济的热点，但这些为投机而来的资金都会毫不留情地推高资产价格。股市、楼市、艺术品等领域都会盛况空前。

盛宴过后，热钱都会选择离场，随之而来的就是资产价格的暴挫，如果遇上金融大鳄兴风作浪，金融海啸更会引发经济衰退。在全球化的年代，评估未来通胀问题是离不开全球视野的。今年年初以来，全球化的影响导致发达经济体系的刺激政策短期内失灵，极度宽松的货币政策并没有成功启动发达经济体系内部的投资和消费，而利率政策和经济增长速度的差异却诱使发达经济体系过剩的资金，通过国际直接投资(FDI)和国际间接投资的渠道加速流入新兴经济体，刺激这些地区的通胀率先回升。

与此同时，由于发达经济体系的产能依然是供过于求，通胀的压力暂时未能显现出来，这种特殊情况导致短期内全球各国通胀出现了"脱勾"的怪异现象。全球化的大趋势是不会逆转的，新兴经济体的通胀压力最终会透过贸易、投资等渠道传导回至发达国家。最终，全球的通胀率将重新回归到同步的情况。

一旦环球资金流向因发达国家收紧资金流动性而出现逆转，这肯定会给新兴经济体系的资本市场和宏观经济造成严重打击，如何未雨绸缪是我们必须思考的重点。

温天纳



高效推进第三步发展战略

远洋地产深耕产品价值 布局全国二三线城市

12月16日，远洋地产公布协议销售额突破人民币200亿大关，达到了人民币203亿元，同比上升超过42%，实现07年至今年度复合增长率达48%的高增长。2010年，是远洋地产第三步发展战略元年，按照李明总裁"创造新价值，开拓新业务，拓展新区域"的工作思路，远洋地产以"沿海"和"沿长江"区域为重点方向，完善全国化的布局，将京城品质推向全国，实现各地人民的"宜居"梦想。

战略布局 从容扩张

北京一直是远洋地产的"重镇"，自2004年起，远洋地产连续7年在北京市场处于行业领先地位。随着北京及环渤海地区市场业绩、品牌美誉的逐步走高，手握巨资的远洋地产写下第三个五年计划：从区域走向全国。

2010年，政府调控政策轮番发布，土地价格及溢价率渐趋回落，给远洋地产的战略发展奠定了契机。截至9月27日，远洋共计购入分别位于北京、天津、大连、青岛、上海、长春、重庆、成都、武汉、沈阳、秦皇岛及海南的多幅土地，总楼面面积约达507万平方米，远洋的总土地储备约为1700多万平方米。

戴德梁行综合住宅服务华东区董事伍惠敏认为，在当前土地价格渐趋回落的环境下，战略性获取土地资源，有助于企业持久健康经营和发展。他认为，开发商新一轮的全国性布局正深入展开。

远洋地产行政总裁李明先生表示："公司会按照新五年计划稳步地沿海、沿江拓展，并且把握住加速的城市化进程所带来的机遇，将重点放在二三线城市。大型项目方面，我们计划与其他信誉良好且经验丰富的开发商合作。我们深信公司有能力实现既定的发展计划和拓展策略。"

8月4日，远洋地产首次进军上海，在区域土地价格水平同比下降约62万元/亩之际，以19亿拿下上海罗店两幅低密度住宅地块。李明表示，"我们很高兴看到有稳定的销售收入，以及来自银行、投资者强劲的现金流支持。远洋地产财务状况稳健，使我们完全有能力抵御可能的市场低潮，同时可使我们能够抓住市场周期带来的收购土地良机。"

亚豪机构市场总监郭毅指出，目前拿地的多为融资上具有先天优势、资金储备相对充裕的国企和上市公司，这些公司一方面有长远布局，特意在弱市抄底；另一方面也是在中国经济的长期向好以及当下温和通胀的背景下，资产价格将持续走高，房地产行业的发展前景向好，因此加大这部分业务的投资力度。

产品深耕 惠泽全国

作为一家深耕北京市场的地产企业，远洋地产无论是对于北京市场环境的研究还是对消费者需求的把握都有着深厚的积淀，在购房者的心目中留下了深刻的品牌烙印，远洋.沁山水、远洋一方、远洋万和城等项目的优秀品质成为北京购房者长期的口碑相传。

2010年，远洋地产将"产品"确定为主题年，提出"关注产品 成就价值"的口号，要求全员聚焦产品，进一步深化产品品质、产品价值。通过产品年的开展，远洋地产对自己的产品定位、设计、施工等更加清晰明确，真正做到以客户需求为主导的开发理念，为广大刚性需求消费者提供高品质的产品。

伴随着产品年的开展及第三步战略的高效推进，远洋地产将京城品质逐步带向全国。数据显示，远洋地产各区域销售额在今年均保持理想增长保持大幅增长。跟2009年全年比较，最近三年开拓的二三线城市增长迅速，东北区域(大连、沈阳)增长约32%，天津增长约27%，中山增长约20%，京城品质在全国各地赢得了消费者的热烈追捧。

今年首次于杭州市推盘的远洋公馆项目，单个项目就贡献了约27亿元的销售额，并全面传达出远洋地产今年强调的精品标准与精品意识。远洋公馆的规划经过反复优化提升，其营销体验中心一流的示范精装修样板房，以及杭城规模最大的珍稀苗木苗圃，也充分显示出"京城名家"的"大手笔"。

类似的情况也正在全国各地落地开花。今年上半年，中山远洋城项目取得中山市"单盘销售冠军"的市场地位，其中6月份远洋城销售金额占全市市场份额12.4%，占中山城区市场份额38.7%，均创下历史单月最好成绩。而远洋地产在东北区域的全年销售额预计将达到70亿元，截止上半年，远洋地产在大连市场的销售额已经跃居第一位。

远洋地产的战略布局不仅为全国消费者带去高规格的京城品质，也为投资者带去曙光，中金、高盛、三星等多家投资机构纷纷将远洋评为买入/增持评级。高盛分析师表示，预期远洋地产在2011年还会积极在二三线城市推新盘，公司将有强劲销售增长，预计销量及销售额增长率会高于行业平均(15%/10%)水平，达到31%/30%。

来自土地市场的信号表明，远洋地产逐鹿全国的战略布局已日渐清晰。而随着"第三步发展战略"的高效推进，远洋地产将秉持高标准的京城品质，为各地人民实现"宜居"梦想。

AD

城市公共交通电动化的紧迫与必然



王传福
比亚迪股份有限公司董事局主席兼总裁

亲爱的读者

2010年是“十一五”规划的收官之年,中国经济快速摆脱危机影响,实现了稳步增长。在宏观经济向好的形势下,中国汽车市场也实现了高速增长。相关数据显示,前11个月,中国汽车销量达到1639.54万辆,增速达到了34.05%,彰显了中国汽车市场巨大的发展潜力。

飞入寻常百姓家的汽车,在给人们带来便捷交通的同时,也产生了日益众多的城市问题。“堵城”现象让我们看到了汽车带来的“城市病”,然而问题远不止于此。如果说堵车可以通过合理的城市规划和制度设计来解决,那日益严峻的能源危机、二氧化碳过度排放、空气污染等世界性难题则更为棘手。

我国约1/5的城市大气污染严重,113个重点城市中1/3以上的城市空气质量仍达不到国家二级标准。传统车汽油机和柴油机的燃料燃烧不完全、能量损失大,使燃油汽车成为城市污染的恶源。

有关数据显示,全球40%的石油被汽车消耗,25%的二氧化碳和60%以上的氮氧化物来自汽车排放,而现在全球及中国汽车产业仍然保持20%左右的增长速度,如此,到2050年世界石油资源就将接近枯竭,而由尾气排放带来的大气污染和温室效应现在已经开始在影响我们的生活。因此,尽快实现交通清洁化成为摆在我们面前的紧迫问题,而新能源汽车特别是电动汽车则提供了切实有效的解决方法,成为未来汽车产业的发展方向。

现在,促进新能源汽车发展已经成为各国政府的共识,中国在这方面则走在了世界前列。2010年,国家出台了众多支持新能源汽车特别是电动汽车的政策,为电动汽车产业的发展创造了良好的环境。6月1日出台的私人购买新能源汽车补贴政策,直接刺激终端销售,对电动汽车的普及和推广起到了巨大的推动作用;国务院办公厅近日发布的“关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定”中,新能源汽车被正式纳入七大战略性新兴产业之一;刚刚制定完毕的《国家节能与新能源汽车发展规划(2011年至2010年)》也指出,未来10年中央财政将拿出逾1000亿元资金对新能源汽车加以扶持,电动汽车将是重中之重。

我国共有50万辆公交大巴120万辆出租车,如果全部换成纯电动,每年可减少2800万吨石油消耗

国家政策的大力扶持,为电动汽车产业的发展营造了良好的环境。然而,在私人电动汽车消费环境还不成熟的现实条件下,首先实现公共交通的电动化成为当下最优选择。据不完全统计,我国共有50万辆公交大巴和120万辆出租车,如果全部换成纯电动,每年就可减少2800万吨石油消耗和3254万吨的二氧化碳排放,将有力缓解能源危机和城市污染,改善居住环境。作为电动汽车领域的先行者,比亚迪也为此提出了城市公共交通电动化解决方案,用我们技术成熟的纯电动轿车e6和纯电动大巴K9替代现有的燃油出租车和公交大巴,真正实现公交系统零燃油消耗、零排放、零污染,并且可以极大降低运营成本。借此,我们的目标就是用比亚迪的绿色科技打造低碳生态的城市和健康快乐的城市生活。

2011年是“十二五”规划的开局之年,转变经济增长方式成为未来五年经济工作的重心。根据规划,新能源汽车产业将成为“十二五”国家重点培育和扶持的新兴战略产业之一。顺应宏观经济结构调整,公共交通电动化不仅有助于尽快将节能减排落到实处,而且可以对私人新能源汽车特别是电动车消费市场起到引领示范作用,加快新能源汽车的推广和普及,从而实现“十二五”规划汽车产业结构调整的目标,助力中国经济增长方式的转变和汽车工业的腾飞。作为一个掌握绿色科技,具有高度社会责任感的企业,比亚迪将继续为此做出不竭努力。

王传福

掌握未来的十年

未来的自己:

2020年寒冷的圣诞夜,欣喜地接到你寄自洛杉矶的新年贺卡,顿生暖意。你的外贸公司不久前已在加州设了海外仓储基地,你热情地邀我前往参加落成仪式。10年来,你一直希望通过互联网,把质优价廉的中国制造商品,源源不断地销往世界各地。正是在这10年间,你的公司从区区两名员工,500美元的第一份订单起步,到如今,已经拥有了100多名员工,年销售额达到3000万美元。虽然你谦虚地认为这依然是一家不起眼的小公司,但这一刻我知道,你最初的创业梦想已经实现。

记得那时,你的梦想始于10年前一个令你身边很多人惊诧的决定——离开北京,离开收入稳定的工作。我知道,下这个决心,不容易。你从小便是老家人的骄傲,从农村一路考上北京的大学,毕业后一心想留在北京发展。在群租屋里住过(10年前我们称之为“蚁族”),也干过多份兼职。终于,你在奋斗了多年之后,在东边CBD一家外贸公司里拥有了一份体面的工作。尤其令你周围人羡慕的是,在这个房价高得令人生畏的城市,你可以开始凭自己的工资按揭,买下第一套房子,与交往多年的女友搬入新居,顺利地完成人生又一件大事。你一直都没有偏离当初给自己设定的人生轨迹,在别人看来,生活也算是小康美满。

但是我记得你当时不断地说你不属于北京,在那里没有归属感。渐渐地,你这个从小在农村长大、曾经那么向往城市生活的孩子,开始抱怨北京的天气,以及这座超级大城市里愈演愈烈、令人难以忍受的“城市病”:交通拥堵、房价高企、空气污染、人流嘈杂。

后来,你又不止一次地对我说,你的隐忧无时无刻不在撕扯你看似令人羡慕的生活,无论是自己的职业还是家庭。职业,这份看上去很光鲜的工作其实没有未来——金融危机,让你老板的日子很难过,你不知道你老板的公司是否可以继续支撑下去;而家庭,你不清楚你的孩子将来是否有未来,因为他一旦出生,就注定没有城市户口。在北京打拼了这么些年,你终于发现这样的生活同样不是你想要的。这个城市让你有些透不过气来。你说,其实你还算是幸运的,还有更多的外地青年并不能顺利地在北京谋生,他们一直在等待幸运女神的青睐,或是想找一份理想的工作,或是想考公务员,他们拥有的更是不可知的未来。

记得我们曾经在博客上有过交流,你说你也有过自主创业的想法,只是,若回到一个二、三线城市,恐怕很难寻到商机。我告诉你,你的行业其实很不错,并非没有未来,只是,做外贸可以有另一种做法——从事电子商务,你的创业就从外贸电子商务开始。互联网的发展催生了大量的微小企业,它们是利用互联网平台做生意的最大群体,而这对你来说,做一个优秀的网商,就是一个机会。网络的最大好处,就是可以不受地域的限制,你不在大城市,不在北京,同样可以把生意做到全世界。你这是以退为进:退,则退入一个二线城市;进,则进入一个全球市场。



王树彤
敦煌网 CEO

事实上,早在2004年,我和我的同事们就发现了海外微经济对跨境采购行为的影响,全球采购行为更碎片化、渠道更扁平化,这一趋势最终会对中国的出口经济产生巨大的力量。作为跨境小额交易电子商务平台的创建者,我向你描绘了将来海外网销的前景和可能达到的规模,我的梦想是帮助更多的中小企业直接走向海外,而这个梦想的实现也是需要更多像你一样的平民创业者、网商来共同参与,把这个市场做大。

而在你开始创业的这一年,2010年,正值小额在线外贸处于高速增长期。不过当时面临的最大问题,就是国内人才的匮乏,大家对这一市场的认识还很不够。市场期待的更多优秀网商的加入和新型网络外贸公司的崛起。你选择了一个好时机。

和每一个从小网商做起的创业者一样,你经历过草创时期的艰难,你甚至说服妻子,毅然卖掉了已经按揭了一年的北京的房子。然后,从选择交易平台开始,寻找货源,摸索在线跟客户沟通的技巧,提高海外买家重复购买的频次。

曾经在很长的一段时间里,你都在用你的行动和老家亲朋好友的成见斗争:回老家,就是在北京混不下去了。其实,我知道你的勇气是在于你的放弃:舍得放弃曾经让别人觉得很不错,甚至羡慕的工作和生活,听从内心的声音,走自己真正想走的路。而这,也是多年来,我对自己所说的一句话。

这些年来,圣诞节一直是你最忙的日子,海外市场的圣诞购物季惯常地成为你的生意旺季,今年的圣诞同样如此。为应对圣诞购物季大规模网购交易,你早有计划在海外建立仓储。如今,通过这种有效的方式,到达美国的网购交货时间已经缩短到两天。伴随着物流系统的改善,中国电子外贸已连续5年交易额有了40%到50%的规模增长。

更值得我骄傲的是,与10年前极大的不同的是,西方对中国的认识有了极大的改变。那时候我们中国就是一个为全球市场而整日在流水线操劳的“世界工厂”,而如今,西方已经认可,中国制造之外,还有同样令人印象深刻的中国服务。我们商人不仅仅在将商品销售给海外市场,还全面参与了物流、支付、售后服务、品牌推广这些服务领域,并且一样凭着国人的智慧、努力,做得风生水起。生活在内地城市,面向全球市场的网商们,你们功不可没啊。

因为十年前的那个决定,你掌控了自己的未来。

王树彤

专题

合肥经开区:打造承接产业转移的“第一标杆”

何今 / 文

在刚刚结束的“2010自主创新要素对接会”上,合肥经济技术开发区签约成果显著,共有三个项目在对接会中成功签约,总投资45.8亿人民币。其中,日本尼普洛医疗器械、和江淮汽车项目还参与了对接会首日举行的大会签约仪式。

三大项目的签约为合肥经济技术开发区家电、汽车等支柱产业的持续发展再添新动力,为经开区与世界知名企业的合作再创新契机,也为经开区外资引进提供了新的增长点。

作为中西部地区国家级开发区的第一梯队,合肥经开区经过17年的发展,已成为安徽省最重要的现代制造业基地。

在正在制定的安徽“十二五”规划中,产业转移和经济结构调整,依然是贯穿未来五年的两大主体。合肥经开区在承接产业转移和引领机制创新上,正面临着新的机遇和挑战。



安徽国际会展中心

培育千亿产业

多年来,合肥经开区坚持“大工业立区、高新技术强区、优化环境兴区”的发展理念,全力打造合肥工业经济的主战场,矢志不渝地发展高端制造业,专注于建设中国最好的产业集聚平台,目前已初步形成了汽车及零部件、家电电子、装备制造、日用化工和食品加工等五大支柱产业,产业配套能力不断增强,工业经济呈现出集群化发展的良好趋势。与此同时,经开区积极落实产业规划,加强战略性新兴产业的培育,微电子、新材料、住宅产业化、生物医药等四大新兴产业和重点骨干企业也迅速崛起。

2009年,经开区内五大支柱产业累计完成工业产值765.4亿元,占全区比重95.5%,拉动全区增长的贡献率达到94.8%。海尔、日立、联合利华、江汽等四个工业园销售超百亿。

经开区以不到合肥市1%的土地,创造了全市30%的工业产值和20%的GDP。在2010合肥对外公布的企业50强中,入选企业中制造业达39户,其中合肥经开区占据15席。在排名前10位的合肥十强企业中,经开区更是占据半壁江山。

据了解,在全市制造业年净利润超过2亿元的11户企业中,合肥经开区有佳通轮胎、合肥海尔、日立建机、美菱股份、应流集团、ABB、中亚建材等7户企业上榜,净利润高达24.59亿元。

仅家电产业,从海尔的一枝独秀到“五朵金花”(海尔、美菱、长虹、美的、华凌)迅速崛起,再到现在家电企业在该区的千帆竞秀,只用了短短的10年,在国内家电18强中,落户该区的就有5家,成为全国家电产品种类品牌集中度最高的开发区和全国三大家电制造基地之一,被国家工信部批准为首批“国家新型工业化家电产业示范基地”。

而随着世界第三、台湾最大的薄膜晶体管液晶显示器设计、研发及制造公司台湾友达光电的落户,开发区朝着自己的第一个千亿产业迈出了关键的一步。

打造千亿规模的产业集群,正是合肥未来工业发展的方向。在日前的媒体见面会上,安徽省委常委、合肥市委书记孙金龙指出,“十二五”期间,合肥工业立市的整体思路不会变,要做好工业化和城市化,产业发展带动就业,就业改善民生。

孙金龙认为,打造产业集群,是提升产业竞争力的重要趋势,也是实现节约集约发展的有效途径。“下一步还要加快推进,通过一个核心项目,吸引一批相关配套企业,形成产业集群化发展的态势,打造一批千亿元企业、千亿元产业和千亿元园区。”

延伸产业链条

经过“十一五”期间的快速发展,合肥经开区已进入厚积薄发、加速崛起的上升通道。

合肥经开区党工委书记、管委会第一副主任姚卫东认为,当前,经开区正处于加快经济发展方式转变、保持经济平稳较快发展的关键时期,适逢产业转移示范区建设这一千载难逢机遇,经开区正在紧紧围绕“强支柱、促升级”,从“制造、创造、服务”三大领域全面承接转移,构建经开区现代产业体系中的“铁三角”。

首先是大力推动主导产业集群发展。从提高配套率和延伸产业链入手,实施产业优势最大化,全力打造产业集群,主攻三大基地建设:依托国家新型工业化家电产业示范基地,建设全国重要的家电制造基地,力争在3–5年内率先把家电及配套产业打造成首个“千亿产业”;以江汽为龙头,通过与国内外知名大企业战略合作,打造安徽汽车工业基地;围绕工程机械和船舶动力,打造全国重要的船用低速柴油机生产基地和装备制造业基地。

其次是大力引进“种子”企业,拓展战略性新兴产业。坚持以开放促转型,创新引资方式,深入长三角、紧盯港澳台,努力引进一批“种子”企业,承接引进大型整机、整装等牵动性强的重大项目,重点支持以捷敏电子、芯硕半导体等为代表的电子信息产业,以赛真拜通、国药集团等为龙头的生物医药产业,以杰事杰为代表的新材料产业,以罗宝、仁创、西伟德等为代表的住宅产业化等四大新兴产业建设。实施“传统产业高端化、新兴产业规模化”,争取打造几个国内顶端的产业,培育一批业类顶尖的企业,全力打造2个千亿级产业和4个五百亿级产业,力争到2015年,使全区工业产值达到3500亿元,占据全市30%以上。

三是坚持双轮驱动,打造“制造业服务链”。努力吸引世界500强等大型跨国企业,把区域性销售中心、技术服务中心、研发设计中心在该区登记注册。利用有利条件,大力发展现代物流、科技和信息服务、商务服务、金融服务等生产性服务业。

以派河岸线资源开发和出口加工区为抓手,打造港口经济,建设区域性物流中心。启动南艳湖科技园区建设,形成较为完整的服务外包产业链。借助会展平台,从现有制造业基础和优势出发,围绕项目上下游打造产业链,将高能级的现代服务业相应延伸到制造业前端的研发、设计和后端的品牌、销售各个环节,形成开发区独特的“制造业服务链”。

机制创新

产业转移示范区的建设,为合肥经开区发展带来了实实在在的效应。今年以来,台湾友达光电、竣凌电子以及航嘉电子等一批项目纷至沓来。1–11月,该区招商引资总量110.39亿元,同比增长20.72%。先后有一期投资10.5亿元的友达光电、投资20亿元的宝龙达笔记本电脑产业基地、投资22亿元的青雅TFT–LCD液晶显示面板及总投资26.4亿元熔安重工挖掘机等29个项目在此落地。

以联合利华为例,2002年联合利华在合肥经开区设立全球生产基地,到2009年当年营业收入已经超过百亿。今年年初,联合利华还与经开区签订协议增资扩建,拟在该区再造一个联合利华工业园。

可以说,产业转移是经开区加快发展的强力支撑。开发区正逐渐成为投资洼地和承接转移的首选地。

如何用好示范区建设中的“先行先试权”,在体制机制上予以创新,对经开区而言,是打造综合竞争优势的难得政策机遇。

合肥经开区党工委书记、管委会第一副主任姚卫东认为,承接产业转移,绝不只是促进产业发展的单项对接,更是要推进经济社会发展、软硬环境营造的全面对接。首先就是要做好思想和观念上的对接。因为,产业发展不是孤立的经济现象,与一个地方的体制机制活力、行政服务效能、基本公共服务水平等紧密相关。

1997年,经开区作为全国首批行政管理体制和机构改革试点单位,确立了“小政府、大社会、大服务”的管理体制,建立了“两办八局”精简、统一、效能的管理机构和运行机制,形成了经济平稳、行政高效、民生和谐、环境一流的发展大格局。



安徽佳通轮胎公司生产车间



合肥开发区金源热点厂总控制室



海尔彩电生产测试

今天,作为省会城市的国家级开发区,该区更有责任和义务,进一步解放思想,敢闯敢试,用好用活“先行先试权”,努力建设承接产业转移的平台,打造承接产业转移的“第一标杆”。

首先要依靠制度创新,不断提高行政效率和服务水平。该区以创造最佳环境、提供最优服务为己任,坚持行政效能最高、行政透明度最高、行政收费最少的“两高一少”宗旨,坚持合法高效,积极创建“服务导向型”政府,牢固树立“亲商、安商、富商”的理念和服务意识,全力以赴帮助企业、项目和投资者解决实际困难。进一步增强我们的执行力、公信力和服务发展的能力。

二是要完善产业规划,实现要素集聚。按照项目集中、产业集聚、资源集约、功能集成的基本要求,进一步完善规划体系。根据皖江城市带开发区园区总体发展规划、承接产业转移集中区建设总体规划等专项规划,研究编制合肥经开区工业项目重点行业规划,进一步优化南部区域的产业功能和结构布局,使转移来的项目定点落地。

三是要创新合作模式,拓展发展空间。进一步加强与先发地区、特色园区的合作共建,突出加强专题合作,继续探索与上海漕河泾合作建设创新创业园区,强化园区在创新创业和产业化中的载体作用,建立双方利益共享机制。主动辐射,拓展区县合作的广度和深度,以规划统筹引领基础设施建设和项目布局,形成品牌、资源、产业的有效整合,为该区中长期发展拓展空间。

四是要优化配套环境,建设国家生态工业示范区。加快铁路专用线、派河河道整治工程进度,启动中派河码头建设,谋划一批重大基础设施,力争上升到示范区层次进行统筹,早日形成立体化、高标准交通体系。增强新港工业园、出口加工区基础设施配套能力,加强物流、通关等公共配套和服务平台建设。按照国家生态工业示范区要求,集约节约利用土地,推进生态环境建设,促进节能减排,努力提升发展的核心竞争力和环境承载力。

经济观察报
The Economic Observer

从本土做强到世界领先

——兼议500万箱下的红塔山



500万箱的蓝图，标志着红塔山将从中国走向世界，进入全球烟草排名前列

李克 / 文

一百多年来，从林则徐的"睁眼看世界"到孙中山"中国工业化"的宏伟设想，实现从传统农业国向现代工业国的历史性跨越，始终是贯穿中国发展的最大命题。

自1978年开始改革开放之后，伴随着高速发展和日益强大的工业制造体系，"中国制造"蓬蓬勃勃迅猛生长，成为世界上认知度最高的标签。中国制造的影子不仅能在众多领域的商品上找得到，甚至连苹果这样的世界知名公司也离不开中国制造的支持。

今天，中国制造使中国的"世界工厂"地位得到前所未有的巩固，国民生产总值从共和国初期的140亿增长至40万亿，超越日本而成为世界第二大经济体。强大起来的中国在国际社会中的地位也日益提升，举办奥运会和世博会，在G8会议上一言九鼎，在哥本哈根出演主角，在东亚地区一枝独秀。这也标志着"中国工业化"的百年奋斗史已经进入到一个总结阶段：中国制造不仅要成为中国工业化进程中最强大的动力，更要成为世界发展的一个支点。

但是，作为一个有着13亿人口的东方大国，在实现工业化的道路上，还将面对一个重要的问题：如何使中国制造从强大变成伟大？

中国制造并不仅仅满足于在本土做强或走出国门，而是要进一步打造世界领先的企业、世界领先的品牌。"努力打造世界领先品牌"的红塔集团、力争树立全球PC第一品牌的联想集团、孕育出全球白色家电第一品牌的海尔集团，就是从本土做强到世界领先的优秀代表。2010年，当红塔山即将取得近300万箱销量的时候，红塔集团便提出了未来5年力争实现500万箱的发展目标。500万箱，意味着红塔山将成为仅次于万宝路的世界第二大（烟草）品牌，"世界领先"将从"努力打造"变成现实。

今天，我们将目光集中在以"本土做强"为基础的优秀企业上，探索中国制造从强大到伟大的发展路径，寻找"世界领先"的发展样式。

从强大到伟大，实质上就是从优秀到卓越。

从全球角度来看，中国已经是一个很优秀的国家。一个13亿人口的大国，只用了60年的时间就走过了发达国家300年的工业化历程，实在堪称人类历史上从未发生过的历史性巨变。

但是，从产品品位和赢利模式来看，我们离卓越还很有一段距离。对卓越的渴望，对世界领先的追求，一百多年来一直深深的烙在我们的心上，并一直在为之努力奋斗。但在过去一段时日里，世界领先被狭隘的理解为"中国产品对国外市场的占领"，于是大肆扩充生产线，想着把"中国制造"的旗子插遍世界。后来才发现，这种以"售价低廉"方式获得的发展，是处在整条价值链的下层。

在不断的探索之后，一些中国企业才逐渐意识到，世界领先首先就要本土做强，要立足13亿人口的内需市场，以自主品牌、自主创新来提高企业综合水平，从工艺品质、经营理念诸多方面升级"中国制造"，借以取得与国际品牌对等的竞争能力，以更具实际意义的全新方式来实现世界领先。

美国知名商业媒体Fast Company在2010年3月刊中评出了2010年最具创新力公司，深圳的华为紧随Facebook、Amazon、苹果和Google之后位列第五。Fast Company这样评价华为："2009年华为依靠质量和产品的提升，一举超过了阿尔卡特朗讯和诺基亚西门子，成为世界排名第二的电信设备供应商。过去的一年中，华为获得了一系列有价值的合同。正是这些合同使得华为的市场份额翻番。"

和华为一样取得了让世人瞩目成绩的企业还有联想集团、红塔集团等众多优秀企业。中国第一、全球第四的联想集团，在今年年初发出了"赶超韩国，称霸全球IT市场"的声音；红塔集团继2007年红塔山销量超越100万箱之后，销量数据一路飘红，2010年预计可取得近300万箱的销量，未来5年的发展目标更将突破500万箱。届时，红塔山将成为仅次于万宝路的世界第二大烟草品牌。



从默默无闻到位于世界前列的现代化跨国烟草企业集团，红塔集团的发展史，就是一部中国民族工业改革创新、自强不息、追赶世界先进水平的演进史

这些优秀企业的案例，就是中国制造本土做强的教科书，更是中国企业逐步实现世界领先的样板工程。下面，让我们以华为、联想、红塔为蓝本，尝试解析中国优秀企业从本土做强到世界领先的发展之路。

一、本土做强 是世界领先的驱动基础

中国是一个极具特殊性的国家，13亿的人口、资源丰富的960万平方公里的国土、日益提升的居民消费能力，为整个国家全面快速的发展奠定了坚实基础。

在强大的本土资源基础上，我国不仅创建了现代工业体系，并在很多重要领域取得了载入史册的卓越成绩：连续十余年位居全球第一的产钢大国、汽车销量世界第一、全球彩电第一生产大国、电话用户和互联网用户位居世界第一…… 截至2010年，我国工业产品产量居世界第一位的已有210种。

这让一些中国企业清醒的意识到，要取得世界领先的发展，首先就要本土做强。联想CEO杨元庆就曾对记者说过："人多地广的中国是发展最快的市场。这里有中国本土品牌，也有像联想这样在中国和海外同时成功的企业。有一点很明确，那就是哪个企业在中国市场的竞争中获胜，该企业就会引领世界市场。"

本土做强不仅仅体现在企业或品牌在国内市场占据第一的份额，还体现在整个产业的本土做强，技术创新的本土做强，也就是说，本土做强是整个产业链、资源链的强大。

2004年，联想集团就占据了国内PC机1/4的市场份额，排名第一位，已经成长为一个技术领先、高效运作的世界级规模的企业。但强大起来的联想集团并未停步不前，而是将目标瞄准了全球市场，2004年斥巨资收购IBM，一跃成为世界第三大的PC制造商。透过这些成绩，我们看到了，是中国PC产业的进步、PC用户的扩展、用户需求的增多，在有力的推动着以联想为代表的PC企业的高速发展。联想的发展也离不开背后强大的资源链：近2万人的技术员工，近3万人的销售专家，以及强大的营销渠道和分销网络。

跟联想一样，红塔集团在2007年红塔山销量超越百万箱之时，就已在世界品牌版图之中处于领先地位。但红塔集团远未满足，先是于2008年初发布了"努力打造世界领先品牌"的企业战略，随后在2009年取得销量超200万箱的业绩，2010年初更是提出了2015年实现红塔山销量超500万箱的目标。这一路高歌的发展成果，是红塔集团不断优化企业资源、提升产品价值和规划产品序列的成果，也是整个产业的资源和环境不断优化、升级的成果。

从这点来说，红塔集团的本土做强，首先是整个产业的本土做强。产业的发展和升级，构成了红塔集团产业资源的深度，支持了它成为中国烟草的领先品牌。中国烟草产业从2003年开始的行业改革，理顺了产权关系和机制体制，优化了产业结构和资源配置，营造了适度竞争的环境，为扶持大企业、构建大市场、培育大品牌创造了有利的时间和空间。

其次，红塔集团的本土做强来自原料做强。在玉溪这个山拥湖环的地方，有着全国最大、最好的烟叶储备库。60万亩的优质烟田确保了红塔山在全国市场的能量，也奠定了玉溪的"清香之宗"地位。2010年红塔集团更是获得了全国首张有机烟叶的认证，这是继"红花大金元"后再一次提升烟叶原料的品位。

第三，产品做强是红塔集团本土做强的直接体现。针对民众消费水平的提升，红塔集团近年开发了经典1956、经典100和经典150等产品，涵盖了从7元至15元的价格区间，为消费者提供多种选择。2009年底推出的以时尚元素为核心的国际系列产品"国际100（HTS）"，开启了又一个全新的产品家族，契合了年轻时尚人群的特别需求。

第四，本土做强也离不开技术创新的做强。作为产业的领导企业，红塔集团始终把握中式卷烟发展方向，在充分研究消费者吸食口味变化趋势的基础上，以"减害降焦"为技术创新主线，做好以低焦低害产品为重点的新产品研发和储备。2009年以来，集团制定完善了科技研发规划，积极开展科技创新，为红塔山和玉溪传承经典、再铸辉煌提供了原动力基础。以去年年底上市的国际100（HTS）为例，该产品就采用了多项高新技术。首创的活性炭涂层成型纸，能高效过滤烟气杂质；Bio-TEK生物减害技术，使国际100（HTS）的降焦效果同比提升25%，优于欧盟市场的准入标准；拥有自主知识产权的HTY-2卷烟纸，减少了烟气中一氧化碳的递送量，有效降低了卷烟纸对烟草本香的影响。

从联想、红塔的做强来看，本土做强不仅仅是把市场份额做强，它更是增强整体实力的一个系统工程，是要做强整个产业，做强原料资源，做强产品体系，做强技术创新。

二、中国经典 是世界领先的文化基础

从优秀到卓越，还体现在文化的力量上。

弱国无外交，弱国的文化也很难被世界认同。30多年的改革开放，为中国累积了巨大的财富，也极大的提升了中国的国家地位。今天的中国已经具备全球性经济大国的主要特征，正在被推向世界经济舞台的中心。同样，强盛的中国，也为中国文化领先世界提供了强大的经济基础。

在中国企业和品牌从本土做强到世界领先的发展道路上，以传统文化为内涵的"中国经典"展现了巨大的文化力量和市场力量。

中国经典属于整个国家，又植根于老百姓心中，天生就具有强大的市场基础。那些堪称中国经典的品牌，不是因为它卖得多，也不是因为它卖得贵，而主要是因为它对市场有很强的控制力和影响力。就如可口可乐和万宝路一样，普通人都能买得起，但它们无疑是"美国经典"，因为它代表了美国文化，能在市场上产生控制力，深刻影响全球的消费者。所以，中国品牌要成为世界领先，若以经典的传统文化为内涵、经典的产品为载体，必能赢得更多消费者手中的"选票"。

作为传统文化的代表，中国经典比较容易诞生于传统的行业，例如白酒产业出了茅台，烟草产业出了红塔山。

茅台有近百年发展历史，代表着一种传统的工艺和标准，对白酒的消费趋势有重大的影响力，无疑能成为中国经典走向世界、逐步国际化的一个标志。今天的茅台仍然高居行业榜首，以1600多亿元的总市值高出行业第二名400多亿元。

红塔山则历经50多年的发展，拥有着稳固的行业地位和强大的市场控制能力。在消费者心目中，红塔山是"真正的好烟"代表，有堪称经典的产品品质。红塔集团2000年提出的"山高人为峰"，如今已经植根于企业深处，并通过企业的行为和产品传递到了产业同行、商业伙伴和千千万万消费者的心里。

作为中国经典的红塔山，其对市场的控制力，主要体现在能突出代表消费者的利益，真实体现消费者的情感价值。和茅台的年份酒一样，红塔山的经典1956、经典100、经典150、国际100（HTS）等产品，刚一问世就成了市场的佼佼者。在消费者的心目中，红塔山、茅台所出的每款产品都是优质原料和高档品质的代表。茅台的严谨乃至严苛，使它在产地、原料、工艺上都拥有了强大的话语权。红塔山则牢牢把握中国人的口味特色，极力发挥固有的原料优势，同样拥有强大的话语权。随着产品的广泛流通，"天下烟叶在云南，云烟之乡在玉溪"的原料优势，早已成为口耳相传的经典口碑，

中国经典的控制力还表现为对整个产业的影响，能够成为产业的技术标杆，进而推动整个产业工艺水平的提升。茅台年份酒的推出，带动了白酒行业在高端市场的整体升级，使年份酒规格成为行业的价值标杆。红塔山经典100上市以后，令整个市场都感觉到，这个价位的产品就该是这样的品质。这两个事例都说明了经典产品所具备的产业强度。

中国经典不仅能支撑传统产业的企业和品牌获得高速发展，在现代产业领域中对企业和品牌的影响也是有目共睹的。华为、联想等现代科技型企业的崛起，无不得益于以优良的传统文化基因作为企业奋斗的动力。"天道酬勤"，就是他们激励自己的口号之一。他们自主研发的许多产品，都能迅速获得消费者的认同和选择。联想IdeaPad S10-2就是一款经典的上网笔记本电脑产品，如今已持续热销到了断货的地步。在消费者看来，这样的产品就是新一代的"中国经典"。

盛大公司CEO陈天桥曾经说过这样一句话："加入WTO之后，文化就是天然的海关"。作为传统与文化代表的中国经典，不仅是社会的财富，也是国家精神的象征。而身为中国经典的那些品牌，将作为中国制造的杰出代表，率先通过文化海关的检验。

三、红塔山的500万箱 实证世界领先

2010年9月，当中国企业500强名单公布之时，我们再次看到了中国企业的优秀业绩。中国企业500强2010年的成长速度远远高于世界企业500强。从入围数量的增加、排名次序的进位均可以清晰的看到，与世界500强的总体差距正在进一步缩小，中国企业500强的总体盈利能力已经超过世界企业500强。不难发现，速度已成为中国企业发展的一大优势。单以红塔集团为例，红塔山从100万箱到270万箱，仅仅用了3年时间就让产品销量翻了将近3倍。这不能不让人为之侧目。

翻开红塔集团50多年的历史，我们发现她所走过的是一条光荣的荆棘路。

1958年，红塔山在云南玉溪创牌问世，1959年，作为国庆10周年的献礼产品，正式投产，当年产量仅80箱，直至1979年年产量也仅为1167箱。改革开放后，生产经营恢复正常，国内经济开始回升，卷烟市场需求大增，红塔山仰仗设备领先和原料领先两大优势获得了迅速的发展。1988年，红塔山进入业内首批价格放开的13种名优烟行列。随后，红塔山的品牌价值也随其知名度、美誉度的迅速提升而不断攀升，成为中国最有价值品牌。

20世纪90年代后期，中国烟草行业格局发生了重大变化，卷烟由卖方市场转入买方市场，中高档卷烟出现供大于求的局面，红塔山的经营也因此受到了极大挑战，销量从高峰时期的89.6万箱跌至2004年的31.6万箱。

在红塔山陷入困境的时候，中国烟草行业也正酝酿着变革。从2003年开始，中国烟草开始了前所未有的产业改革，一系列改革举措的出台为优秀品牌做大做强提供了足够的资源计划和市场空间。2005年起，红塔山进入"恢复性增长"时期，第二年销量即出现大幅增长，到2007年实现了产销过100万箱。2008年初，红塔集团推出"努力打造世界领先品牌"的新战略，充分展示自己向世界级企业迈进的信心和决心。经过2009、2010两年的快速发展，红塔山更是提出了到2015年实现产销500万箱的发展目标。

红塔山的500万箱，标志着她将进入全球烟草品牌排名前列，体现了中国企业向世界级企业迈进的信心和决心。眼下这虽然还只是一个发展的目标，但是，最终实现已经不是遥不可及而是指日可待了。

红塔山的500万箱，也是中国制造从强大到伟大、从优秀到卓越的有力证明，实证了中国经典在充满国际竞争的国内市场上阻抗了外国品牌咄咄逼人的进入，为中国制造在全球赢得了应有的尊重。

结语

未来10年，中国的多个产业领域都注定会出现世界领先的品牌。红塔集团也正以其"努力打造世界领先品牌"的战略梦想和500万箱的宏伟目标在创造历史。它向人们揭示了：打造中国经典是更多赢得消费者选票的可靠保障，本土做强是实现世界领先的必由之路。

未来，总有超出想象的空间在等着我们。或如惠特曼所说的那样："不论你望得多远，仍然有无限的空间在外边；无论你能数多久，仍然有无限的时间数不清。"中国企业从本土做强到世界领先，还需要更多的红塔、华为、联想！



在消费者心中，红塔山的每款产品都是优质原料和高档品质的代表

主管/主办：三联集团公司　出版：经济观察报社　社址：山东省济南市趵突泉北路20号　电话：(0531)86029768　北京记者站电话：(010)64209021/22/23/24/25/26　广告电话：(0531)86029198、(010)64209951　广告经营许可证号：3701004000040　传真：(0531)86029568　发行电话：(010)64209026-1175
本报在全国五城市同时印刷：北京经济日报印刷厂、北京琢雯印务科技发展有限公司、上海文汇新民联合报业集团印务中心、深圳宝安报印刷厂、四川新华彩色印务有限公司、山东大众华泰印务有限责任公司　印刷质量投诉热线：(010)64243008